

## MULTI LEVEL MARKETING ( MLM ) DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Oleh : Moh. Bahruddin \*

### Abstrak

*Hukum Islam sangat memahami dan menyadari karakteristik muamalah dan bahwa perkembangan sistem serta budaya bisnis akan selalu berubah secara dinamis. Oleh karena itu berdasarkan kaedah fiqh di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Artinya, apabila kita ingin mengembangkan bisnis melalui model MLM, maka harus terbebas dari unsur-unsur maghrib. Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah.*

Kata Kunci : *Multilevel Marketing, Hukum Islam*

### A. PENDAHULUAN

Bagi masyarakat Indonesia, terutama para pelaku bisnis, istilah *Multi Level Marketing* (MLM). tidak asing lagi karena banyak perusahaan yang memasarkan produknya melalui sistem MLM. Sampai sekarang sudah ada sekitar 200 perusahaan yang mengatasnamakan dirinya menggunakan sistem MLM. Sistem pemasaran melalui MLM menjadi menarik karena melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk, dan konsumen diiming-imingi, selain dapat menikmati manfaat produk, juga bisa memperoleh insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan produsen, seperti haji dan umrah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk sminimal mungkin atau bahkan bisa di tekan sampai ketitik nol. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan).

Model MLM banyak sekali macamnya dan setiap perusahaan memiliki spesifikasi tersendiri. Sejak masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 80-an, jaringan bisnis penjualan langsung (*direct selling*) MLM terus marak dan bertambah subur laksana tumbuhnya jamur di musim hujan setelah badai krisis

---

\* Penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Lampung

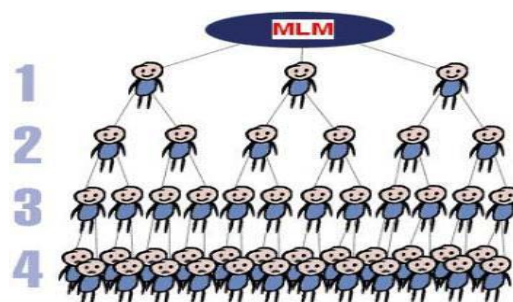
moneter dan ekonomi 1998. Pelaku bisnis yang terjun di dunia MLM memanfaatkan situasi krisis untuk menawarkan solusi kerja *part time* tapi “dapat” mendatangkan penghasilan besar. Beberapa perusahaan yang cukup populer di masyarakat di antaranya CNI, Amway, Avon, Tupperware, Sun Chlorella, DXN, Propolis Gold, Kamyabi-Net, Persada Network, Tianshi dan Gee Cosmos.

Pada awal tahun 2000-an, berkat promosi yang sangat gencar, masyarakat Indonesia terkena bujuk rayu, terpedaya dan mengalami “demam” MLM, karena sekilas memang MLM “menjanjikan” pendapatan yang fantastis, namun belakangan terlihat mengalami kelesuan. Hanya saja akhir-akhir ini muncul geliatnya dengan menggunakan modus memberi label “syari’ah”, seiring dengan semakin menggeliatnya sistem transaksi/keuangan syariah. Permasalahannya kemudian adalah, benarkah bawa perusahaan yang mengusung sistem MLM dengan belabel syari’ah itu benar-benar telah memenuhi standard syari’ah dan apa sejatinya parameter kesyariahan MLM tersebut ? Inilah yang akan didiskusikan pada makalah yang sederhana ini.

## B. SISTEM PEMASARAN MODEL MLM

Pakar *marketing* ternama Don Failla, membagi *marketing* menjadi tiga macam. Pertama; retail (eceran), Kedua; *direct selling* (penjualan langsung ke konsumen); Ketiga, *multi level marketing*, yakni pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran). *Multi level marketing* ( MLM) secara harfiah berarti pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up line* dan *down line* umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang berbeda atas dan bawah, maka seseorang disebut *up line* jika mempunyai *down line*, baik satu maupun lebih. Bisnis yang menggunakan multilevel marketing ini memang digerakkan dengan jaringan, yang terdiri dari *up line* dan *down line*. Meski masing-masing perusahaan dan pebisnisnya menyebut dengan istilah yang berbeda-beda. Demikian juga dengan bentuk jaringannya, antara satu perusahaan dengan yang lain, mempunyai aturan dan mekanisme yang berbeda; ada yang vertikal dan ada pula yang horisontal.

Berikut adalah contoh model jaringan MLM :



Proses untuk menjadi *member* dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini, biasanya setiap orang harus menjadi *member* (anggota jaringan) dengan mengisi formulir *membership* serta membayar sejumlah uang pendaftaran, disertai dengan pembelian produk tertentu agar *member* tersebut mempunyai *point*, dan kadang tanpa pembelian produk. Perolehan *point* menjadi sangat penting, karena akan menjadi tolok ukur besar kecilnya bonus yang diperoleh. *Point* tersebut bisa dihitung berdasarkan pembelian langsung, atau tidak langsung. Pembelian langsung biasanya dilakukan oleh masing-masing *member*, sedangkan pembelian tidak langsung biasanya dilakukan oleh jaringan *member* tersebut. Dari sini, kemudian ada istilah bonus jaringan. Karena dua kelebihan inilah, biasanya bisnis MLM ini diminati banyak kalangan. Ditambah dengan potongan harga yang tidak diberikan kepada orang yang tidak menjadi *member*.

Namun, ada juga *point* yang menentukan bonus *member* berdasarkan *referee* (jasa pemakelaran) yang dilakukan terhadap orang lain, agar orang tersebut menjadi *member* dan *include* di dalamnya pembelian produk. Sebagai contoh, seorang *member* Gold Quest harus membangun formasi 5-5 untuk satu levelnya, dan cukup sekali pendaftaran diri menjadi *membership*, maka *member* tersebut tetap berhak mendapatkan bonus, tanpa dihitung lagi berapa pembelian langsung maupun tak langsungnya. Seorang *member*/distributor harus menseponsori orang lain agar menjadi *member*/distributor dan orang ini menjadi *down line* dari orang yang menseponsori (*up line*-nya). Begitu seterusnya *up line* "harus" membimbing *down line*-nya untuk menseponsori orang lain lagi dan membentuk jaringan. Sehingga orang yang menjadi *up line* akan mendapat bonus jaringan atau komisi..

Dari paparan di atas, jelas menunjukkan bahwa *multilevel marketing* tersebut adalah bisnis yang dibangun berdasarkan formasi jaringan tertentu; bisa *top-down* (atas-bawah) atau *left-right* (kiri-kanan), dengan kata lain, vertikal atau horizontal; atau perpaduan antara keduanya. Namun formasi seperti ini tidak akan hidup dan berjalan, jika tidak ada *benefit* (keuntungan), yang berupa bonus. Bentuknya, bisa berupa (1) potongan harga, (2) bonus pembelian langsung, (3) bonus jaringan. Dari ketiga jenis bonus tersebut, jenis bonus ketigalah yang diterapkan di hampir semua bisnis *multilevel marketing*, baik yang secara langsung menamakan dirinya bisnis MLM ataupun tidak. Sementara bonus jaringan adalah bonus yang diberikan karena faktor jasa masing-masing *member* dalam membangun formasi jaringannya. Bonus ini diberikan kepada *member* yang bersangkutan, karena telah berjasa menjual produk perusahaan secara tidak langsung.

Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa posisi *member* dalam jaringan MLM ini tidak lepas dari dua posisi yaitu : (1) sebagai pembeli langsung/konsumen; (2) sebagai makelar. Disebut pembeli langsung manakala sebagai *member*, dia melakukan transaksi pembelian secara langsung, baik kepada perusahaan maupun melalui distributor atau pusat stock. Disebut makelar, karena dia telah menjadi perantara, melalui perekrutan yang telah dia lakukan, bagi orang

lain untuk menjadi member dan membeli produk perusahaan tersebut. Inilah praktek yang terjadi dalam bisnis MLM yang menamakan multilevel marketing, maupun referral business.

Oleh karena itu, dalam perspektif hukum Islam kasus MLM ini dapat dikaji berdasarkan dua fakta di atas, yaitu fakta pembelian langsung dan fakta makelar. Dalam prakteknya, pembelian langsung yang dilakukan, di samping mendapatkan bonus langsung, berupa potongan, juga point yang secara akumulatif akan dinominalkan dengan sejumlah uang tertentu. Pada saat yang sama, melalui formasi jaringan yang dibentuknya, orang tersebut bisa mendapatkan bonus tidak langsung. Padahal, bonus yang kedua merupakan bonus yang dihasilkan melalui proses pemakelaran, seperti yang telah dikemukakan.

Hal lain yang patut dicamkan bersama ialah bahwa pola pemasaran dengan menggunakan system MLM berpotensi menimbulkan penyesatan intelektual kalau tidak dikatakan sebagai kebohongan dalam kampanye dan propaganda MLM konvensional sebagaimana 10 catatan yang ditulis oleh Robert L. Fitzpatrick dan Joyce K. Reynolds dalam bukunya *False Profits: Seeking Financial and Spiritual Deliverance in Multi-Level Marketing and Pyramid Schemes*, Herald Press Charlotte<sup>1</sup>, sebagai berikut :

*Pertama*; MLM dikenalkan sebagai bisnis yang menawarkan kesempatan yang lebih baik untuk mendapatkan banyak keuntungan dibandingkan dengan bisnis maupun pekerjaan lain. Padahal hampir semua orang yang menanamkan uangnya pada bisnis MLM berakhir dengan hilangnya uang. Kurang dari 1% distributor MLM mendapatkan laba, dan mereka yang mendapatkan pendapatan seumur hidup dalam bisnis ini persentasenya jauh lebih kecil lagi. Cara pemasaran dan penjualan yang **tidak lazim** menjadi penyebab utama kegagalan ini. Namun, kalau toh bisnis ini lebih berkelayakan, perhitungan matematis pasti akan membatasi terjadinya peluang sukses tersebut. Tipe struktur bisnis MLM hanya dapat menopang sejumlah kecil pemenang. Jika seseorang memerlukan downline sejumlah 1000 orang agar dia memperoleh pendapatan seumur hidup, maka 1000 orang downline tadi akan memerlukan sejuta orang untuk bisa memperoleh kesempatan yang sama. Jadi, berapa orang yang secara realistis bisa diajak bergabung? Banyak hal yang tampak sebagai pertumbuhan pada kenyataannya adalah pengorbanan distributor baru secara terus-menerus. Uang yang masuk ke kantong elite pemenang berasal dari pendaftaran para pecundang. Dengan tidak adanya batasan jumlah distributor di suatu daerah dan tidak ada evaluasi tentang potensi pasar, sistem ini dari dalamnya sudah tidak stabil.

---

<sup>1</sup> sumber : <http://www.dakwatuna.com/2009/hukum-bisnis-mlm-dan-money-game-bagian-ke-dua/>; di download pada tanggal 8 Oktober 2011

*Kedua;* Bisnis MLM dikenalkan sebagai cara baru yang paling populer dan efektif untuk membawa produk ke pasar karena konsumen menyukai membeli produk dengan cara *door-to-door*. Perlu diperhatikan jika anda mengikuti aktivitas andalan MLM berupa penjualan keanggotaan secara terus-menerus dan mengamati hukum dasarnya, yakni penjualan eceran satu-satu ke konsumen, anda akan menemukan sistem penjualan yang tidak produktif dan tidak praktis. Penjualan eceran satu-satu ke konsumen merupakan cara kuno, bukan *trend* masa depan. Penjualan secara langsung satu-satu ke teman atau saudara menuntut seseorang untuk mengubah kebiasaan belanjanya secara drastis. Dengan demikian, seseorang mendapatkan pilihan terbatas, kerap kali membayar lebih mahal untuk sebuah produk, membeli dengan tidak nyaman, dan dengan kagok mengadakan transaksi bisnis dengan teman dekat atau saudara. Ketidaklayakan penjualan *door-to-door* inilah yang menjadi alasan kenapa pada kenyataannya MLM merupakan bisnis yang terus-terusan menjual kesempatan menjadi distributor.

*Ketiga;* Di suatu saat kelak, semua produk diklaim akan dijual dengan model MLM. Para pengecer, mall, katalog, dan sebagian besar pengiklanan akan mati karena MLM. Perlu dicamkan bahwa kurang dari 1% dari keseluruhan penjualan yang dilakukan melalui MLM dan banyak volume dari penjualan ini terjadi karena pembelian oleh paradistributor baru yang sebenarnya membayar biaya pendaftaran untuk sebuah bisnis yang selanjutnya akan dia tinggalkan. MLM tidak akan menggantikan cara-cara pemasaran yang sekarang ada. MLM sama sekali tidak bisa menyaingi cara-cara pemasaran yang lain. Namun yang lebih pasti, MLM melambungkan program investasi baru yang meminjam istilah pemasaran dan produk. Produk MLM yang sesungguhnya adalah keanggotaan (menjadi distributor) yang dijual dengan cara menyesatkan dan membesar-besarkan janji mengenai pendapatan. Orang membeli produk guna menjaga posisinya pada sebuah piramid penjualan. Pendukung MLM senantiasa menekankan bahwa anda dapat menjadi kaya, jika bukan karena usaha keras anda sendiri maka kekayaan itu berasal dari seseorang yang tidak anda kenal yang mungkin akan bergabung dengan *downline* anda, atau istilah orang MLM (*big fish*)□. Pertumbuhan MLM adalah perwujudan bukan dari nilai tambahnya terhadap ekonomi, konsumen, maupun distributor, namun lebih merupakan perwujudan dari tingginya ketakutan ekonomi dan perasaan tidak aman serta meningkatnya impian untuk menjadi kaya dengan mudah dan cepat. MLM tumbuh dengancara yang sama dengan tumbuhnya perjudian dan lotere.

Keempat: MLM dinilai sebagai gaya hidup baru yang menawarkan kebahagiaan dan kepuasan. MLM merupakan cara untuk mendapatkan segala kebaikan dalam hidup. Perlu diperhatikan lagi bahwa daya tarik paling menyolok dari industri MLM sebagaimana yang disampaikan lewat iklan dan presentasi penarikan anggota baru adalah ciri materialismenya. Perusahaan-perusahaan besar Fortune 100 akan tumbang sebagai akibat dari janji-janji kekayaan dan kemewahan yang disodorkan oleh penjaja MLM. Janji-janji ini disajikan sebagai tiket menuju kepuasan diri. Pesona MLM yang berlebihan mengenai kekayaan dan kemewahan

bertentangan dengan aspirasi sebagian besar manusia berkaitan dengan karya yang bernilai dan memberikan kepuasan untuk sesuatu yang menjadi bakat dan minatnya. Singkatnya, budaya bisnis MLM membelokkan banyak orang dari nilai-nilai pribadinya dan membelokkan aspirasi seseorang untuk mengekspresikan bakatnya.

Kelima: MLM sering mendeklarasikan dirinya sebagai gerakan spiritual dalam bisnis. Perlu mendapatkan pencerahan lebih lanjut bahwa peminjaman konsep spiritual (kerohanian) maupun emosional seperti kesadaran akan kemakmuran dan visualisasi kreatif untuk mengiklankan keanggotaan MLM, penggunaan kata-kata seperti (komunitas)□ dan (kekeluargaan)□ untuk menggambarkan kelompok penjualan, dan klaim bahwa MLM merupakan pelaksanaan prinsip-prinsip agama adalah penyesatan besar dari ajaran-ajaran rohani sekalipun menurut penulis buku ini dikaitkan dengan kristiani dan injil. Mereka yang memusatkan harapan dan impiannya pada kekayaan dalam doa-doanya jelas kehilangan pandangan akan spiritualitas murni sebagaimana yang diajarkan oleh semua agama yang dianut umat manusia. Penyalahgunaan ajaran-ajaran spiritual ini pastilah pertanda bahwa penawaran investasi MLM merupakan penyesatan. Jika sebuah produk dikemas dengan bendera atau agama tertentu, waspadalah! Komunitas, kekeluargaan□ dan dukungan□ yang ditawarkan oleh organisasi MLM kepada anggota baru semata-mata didasarkan pada belanjanya. Jika pembelanjaan dan pendaftarannya menurun, maka menurun pula tingkat keterlibatannya dalam "komunitas" tersebut.

Keenam: Sukses dalam MLM itu diklaim mudah dan semua teman dan saudara harus dijadikan prospek. Mereka yang mencintai dan mendukung anda akan menjadi konsumen anda seumur hidup. Perlu dicamkan kembali bahwa komersialisasi ikatan keluarga dan persahabatan yang diperlukan bagi jalannya MLM adalah unsur penghancur dalam masyarakat dan sangat tidak sehat bagi mereka yang terlibat. Mencari keuntungan dengan memanfaatkan ikatan keluarga dan kesetiakawanan sahabat akan menghancurkan jiwa sosial seseorang. Kegiatan MLM menekankan pada hubungan yang mungkin tidak akan bisa mengembalikan pertalian yang didasarkan atas cinta, kesetiaan, dan dukungan. Selain dari sifatnya yang menghancurkan, pengalaman menunjukkan bahwa hanya sedikit sekali orang yang menyukai atau menghargai suasana dirayu oleh teman atau saudara untuk membeli produk.

Ketujuh: Anda dimotivasi untuk dapat melakukan MLM di waktu luang sesuai kontrol anda sendiri karena sebagai sebuah bisnis, MLM menawarkan fleksibilitas dan kebebasan mengatur waktu. Beberapa jam seminggu dapat menghasilkan tambahan pendapatan yang besar dan dapat berkembang menjadi sangat besar sehingga kita tidak perlu lagi bekerja yang lain. Perlu dipikirkan kembali bahwa pengalaman puluhan tahun yang melibatkan jutaan manusia telah menunjukkan bahwa mencari uang lewat MLM menuntut pengorbanan waktu yang luar biasa serta ketrampilan dan ketabahan yang tinggi. Selain dari kerja keras dan bakat, MLM juga jelas-jelas menggerogoti lebih banyak wilayah kehidupan pribadi dan

lebih banyak waktu. Dalam MLM, semua orang dianggap prospek. Setiap waktu di luar tidur adalah potensi untuk memasarkan. Tidak ada batas untuk tempat, orang, maupun waktu. Akibatnya, tidak ada lagi tempat bebas atau waktu luang begitu seseorang bergabung dengan MLM. Di balik selubung mendapatkan uang secara mandiri dan dilakukan di waktu luang, sistem MLM akhirnya mengendalikan dan mendominasi kehidupan seseorang dan menuntut penyesuaian yang ketat pada program-programnya. Inilah yang menjadi penyebab utama mengapa begitu banyak orang tenggelam begitu dalam dan akhirnya menjadi tergantung sepenuhnya kepada MLM. Mereka menjadi terasing dan meninggalkancara interaksi yang lain.

*Kedelapan;* MLM dianggap bisnis baru yang positif dan suportif mendukung yang memperkuat jiwa manusia dan kebebasan pribadi. Perlu dicamkan kembali bahwa MLM sebagian besar berjalan karena adanya ketakutan. Cara perekrutan selalu menyebutkan ramalan akan runtuhnya model-model distribusi yang lain, runtuhnya kekokohan ekonomi Amerika, dan sedikitnya kesempatan di bidang lain (profesi atau jasa). Profesi, perdagangan, dan usaha konvensional terus-menerus dikecilkan artinya dan diremehkan karena tidak menjanjikan (penghasilan tak terbatas)□. Menjadi karyawan adalah sama dengan perbudakan bagi mereka yang kalah. MLM dinyatakan sebagai tumpuan terbaik terakhir bagi banyak orang. Pendekatan ini, selain menyesatkan kerap kali juga menimbulkan dampak menurunkan semangat bagi orang yang ingin meraih kesuksesan sesuai visinya sendiri tentang sukses dan kebahagiaan. Sebuah bisnis yang sehat tidak akan menunjukkan keunggulannya dengan menyajikan ramalan-ramalan buruk dan peringatan-peringatan menakutkan.

*Kesembilan;* MLM merupakan pilihan terbaik untuk memiliki bisnis sendiri dan mendapatkan kemandirian ekonomi yang nyata. Perlu dipertimbangkan kembali secara masak bahwa MLM bukanlah self-employment (usaha mempekerjakan sendiri) yang sejati. "Memiliki" keanggotaan distributor MLM hanyalah ilusi. Beberapa perusahaan MLM melarang anggotanya memiliki keanggotaan MLM lain. Hampir semua kontrak MLM memungkinkan dilakukannya pemutusan keanggotaan dengan gampang dan cepat. Selain dari putus kontrak, downline dapat diambil alih dengan berbagai alasan. Keikutsertaan dalam MLM menuntut orang untuk meniru model yang ada secara ketat, bukannya kemandirian dan individualitas. Distributor MLM bukanlah pengusaha (entrepreneur), namun hanya pengikut pada sebuah sistem hirarki yang rumit di mana mereka hanya punya sedikit kendali.

*Kesepuluh;* MLM sering menolak dianggap sebagai program piramid karena adanya produk (barang) yang dijual dan bukan *money game*. Perlu diamati bahwa penjualan produk sama sekali bukan penangkal bagi MLM untuk lolos dari undang-undang anti program piramid, juga bukan jawaban atas tuduhan tentang praktek perdagangan yang tidak sehat (unfair) sebagaimana dinyatakan dalam undang-undang negara bagian maupun federal di Amerika. MLM bisa menjadi bisnis yang legal jika sudah memenuhi prasyarat tertentu yang sudah ditetapkan

oleh FTC (*Federal Trade Commission*) dan Jaksa Agung negara bagian. Banyak MLM jelas-jelas melanggar ketentuan tersebut dan sementara ini tetap beroperasi karena belum ada yang menuntut.

### C. PRINSIP-PRINSIP BISNIS SYARI'AH

Berbicara tentang bisnis pada umumnya dan pemasaran khususnya dalam kajian hukum Islam pada dasarnya termasuk kategori kajian *muamalat* yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaedah Fiqh :

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم<sup>2</sup>

Artinya : Hukum asal dalam masalah-masalah (muamalah) adalah boleh, kecuali ada dalil hokum yang mengharamkannya.

Hukum Islam sangat memahami dan menyadari karakteristik muamalah dan bahwa perkembangan sistem serta budaya bisnis akan selalu berubah secara dinamis. Oleh karena itu berdasarkan kaedah fiqh di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melawakukan perdagangan.

Beberapa *guidance* dari ayat Alquran dan Hadis Nabi dapat dapat dikemukakan, di antaranya ialah firman Allah swt. :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا (البقرة : 273)

Artinya : Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS Al Baqarah: 275)

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ (المائدة : 2)

Artinya : Tolong menolonglah atas kebaikan dan taqwa dan jangan tolong menolong atas dosa dan permusuhan. (QS Al Maidah: 2)

Rasulullah saw. bersabda:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Baca : Ibn al-Qayyim al-Jauziyah, *I'lam al-Muwaqqi'in*, Juz I, Dar al-Fikr, Beirut, tt, hlm. 344

<sup>3</sup> Muhammad Al-Shan'ani, *Subul al-Salam*, Juz III, Dahlan, Bandung, tt., hlm.4



Artinya : Perdagangan itu atas dasar sama-sama rela. (HR al-Baihaqi dan Ibnu Majah)

المُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ<sup>4</sup>

*Umat Islam terikat dengan persyaratan mereka.* (HR Ahmad, Abu Dawud dan al-Hakim)

Berdasarkan ayat Alquran dan Hadis di atas dapat diketahui bahwa Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak). Oleh karena itu, sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas. Sebagian pakar ekonomi Islam membuat istilah bawa bisnis yang islami harus terbebas dari unsur MAGHRIB, singkatan dari lima unsur yaitu : (1) *maysir* (judi), (2) *gharar* (penipuan), (3) haram, (4) riba (bunga) dan (5) batil.

Artinya, apabila kita ingin mengembangkan bisnis melalui model MLM, maka harus terbebas dari unsur-unsur *maghrib* di atas. Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak syubhat dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah di atas..

Sejatinya MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan ruh syari'ah dan sistemnya disesuaikan dengan syari'ah Islam. Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturahmi, dakwah dan *tarbiyah*. Menurut Muhammad Hidayat, Dewan syari'ah MUI Pusat, metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam. Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori *gethok tular* (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat di terima oleh masyarakat kebanyakan.<sup>5</sup>

Bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa *marketing* yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut *Samsarah / Simsar*.<sup>6</sup> Kegiatan *samsarah*

---

<sup>4</sup> Muhammad Al-Shan'ani, *Ibid.*, hlm. 59

<sup>5</sup> Baca : Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, FKEBI IAIN Sumatera Utara, Medan, 2002, hlm. 30)

<sup>6</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, jilid III, Cet. IV, Dar al-Fikr, Beirut, 1983, hlm 141

dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad *ijarah*. yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (*ujrah*) Semua ulama membolehkan akad seperti ini.<sup>7</sup>

Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi syarat dan rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermafaat. MLM tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.

Dua akad dalam satu akad (*'aqdain fi 'aqd*), atau "*shafqatain bi shafqah*" adalah dua akad yang terkumpul menjadi satu dalam sebuah muamalah. Rasulullah saw telah melarang kaum muslim melakukan dua aqad dalam sebuah transaksi. Imam Ahmad meriwayatkan sebuah hadits dari 'Abdullah bin Mas'ud ra, bahwasanya ia berkata:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ صَفَقَتَيْنِ فِي صَفَقَةٍ وَاحِدَةٍ

Artinya : Rasulullah saw. melarang dua aqad dalam sebuah aqad jual beli. [HR. Imam Ahmad].

Di dalam riwayat lain dituturkan, bahwasanya Abu Hurairah berkata:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ<sup>8</sup> (رواه أحمد و النسائي)

Artinya : Rasulullah saw. telah melarang dua aqad jual beli dalam satu aqad jual beli." [HR. at-Turmidzi].

Dalam riwayat dituturkan, bahwasanya Abu Hurairah berkata: Rasulullah Saw bersabda:

مَنْ بَاعَ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ فَلَهُ أَوْكُسُهُمَا أَوْ الرِّبَا (رواه مسلم)<sup>9</sup>

Artinya : Barangsiapa berjual beli dengan dua aqad jual beli dalam satu aqad jual beli, maka ia berhak mendapatkan kerugian keduanya atau riba. [HR. Abu Dawud].

---

<sup>7</sup> Sayyid Sabiq, *Ibid.* Hlm. 141

<sup>8</sup> Muhammad al-Shan'ani, *Op. Cit.*, hlm. 16

<sup>9</sup> Muhammad al-Shan'ani, *Ibid.*, hlm. 16

Sejatinya bahwa strategi pemasaran produk melalui sistem MLM di dunia bisnis modern sangat menguntungkan banyak pihak, seperti pengusaha (baik produsen maupun perusahaan MLM). Hal ini disebabkan karena adanya penghematan biaya dalam iklan, Bisnis ini juga menguntungkan para distributor yang berperan sebagai *simsar* (mitra niaga) yang ingin bebas (tidak terikat) dalam bekerja.

Untuk mengarahkan dan menjamin ke arah kemaslahatan dalam bermuamalah via MLM, Dewan Syariah Nasional MUI Pusat telah mengeluarkan fatwa tentang MLM dengan nama Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) No 75 Tahun 2009.. DSN MUI menetapkan sebagai berikut :

1. Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, thayyib dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan).
2. Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fiqh muamalah)
3. Operasional, kebijakan, *corporate culture*, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah
4. Strukturnya memiliki Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
5. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah.
6. Tidak ada *excessive mark up* harga barang (harga barang di mark up sampai dua kali lipat), sehingga konsumen dan anggota terkena praktek terlarang dalam bentuk *ghabn fahisy* dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
7. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
8. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
9. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
10. Tidak menitik beratkan barang-barang tertier ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. MLM tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member.
12. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan hura-hura dan pesta yang tidak syari'ah.

#### **D. ANALISIS**

Setelah memperhatikan bagaimna fakta dan paparan “modus operandi” marketing melalui model MLM, dan setelah mecermati bagaimana hukum Islam mengatur prinsip-prinsip dalam bermuamalah, maka dapat di analisis beberapa hal sbb :

*Pertama;* Di dalam transaksi dengan metode MLM, seorang anggota mempunyai dua kedudukan: *Kedudukan pertama*, sebagai pembeli produk, karena dia

membeli produk secara langsung dari perusahaan atau distributor. Pada setiap pembelian, biasanya dia akan mendapatkan bonus berupa potongan harga.

*Kedudukan kedua*, sebagai makelar, karena selain membeli produk tersebut, dia harus berusaha merekrut anggota baru. Setiap perekrutan dia mendapatkan bonus juga.

Pertanyaannya adalah bagaimana hukum melakukan satu akad dengan menghasilkan dua akad sekaligus, yaitu sebagai pembeli dan makelar?

Dalam Islam hal itu dilarang, ini berdasarkan hadist-hadist di bawah ini:

Hadits abu Hurairah *radhiyallahu 'anhu*:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ (رواه أحمد والنسائي) <sup>10</sup>

Artinya : Nabi shallallaahu 'alaihi wasallam telah melarang dua pembelian dalam satu pembelian. ( HR Ahmad dan Nasai )

Imam Syafi'i *rahimahullah* berkata tentang hadist ini, sebagaimana dinukil Imam Tirmidzi, "Yaitu jika seseorang mengatakan, 'Aku menjual rumahku kepadamu dengan harga sekian dengan syarat kamu harus menjual budakmu kepadaku dengan harga sekian. Jika budakmu sudah menjadi milikku berarti rumahku juga menjadi milikmu'."<sup>11</sup> Kesimpulannya bahwa melakukan dua macam akad dalam satu transaksi yang mengikat satu dengan yang lainnya adalah haram berdasarkan hadis di atas.

Hadist Abdullah bin Amr, bahwasanya Rasulullah saw. bersabda :

لَا يَحِلُّ سَلْفٌ وَبَيْعٌ وَلَا شَرْطَانِ فِي بَيْعٍ وَلَا رِبْحٌ مَا لَمْ تَضْمَنْ وَلَا بَيْعٌ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه أبو داود)

"Tidak halal menjual sesuatu dengan syarat memberikan hutangan, dua syarat dalam satu transaksi, keuntungan menjual sesuatu yang belum engkau jamin, serta menjual sesuatu yang bukan milikmu." (HR. Abu Daud)

Hadis di atas juga menerangkan tentang keharaman melakukan dua transaksi dalam satu akad, seperti melakukan akad utang piutang dan jual beli, satu dengan yang lainnya saling mengikat. Sebagai contoh, dalam hal seseorang berkata kepada temannya, "Saya akan jual rumah ini kepadamu dengan syarat kamu

---

<sup>10</sup> Muhammad al-Shan'ani, *Ibid.*, hlm. 16

<sup>11</sup> Imam Turmuzi, *Sunan Tirmidzi*, Juz III, Dar al Kutub al Ilmiyah, Beirut, tt, hlm. 533

meminjamkan mobilmu kepada saya selama satu bulan.” Alasan diharamkan transaksi seperti ini adalah tidak jelasnya harga barang dan menggantungkan suatu transaksi kepada syarat yang belum tentu terjadi.<sup>12</sup>

*Kedua;* Di dalam MLM terdapat makelar berantai. Sebenarnya makelar (*samsarah*) dibolehkan oleh Islam, yaitu transaksi di mana pihak pertama mendapatkan imbalan atas usahanya memasarkan produk dan pertemukannya dengan pembelinya.<sup>13</sup>

14 نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ .

“*Rasulullah shallallaahu 'alaihi wasallam melarang jual beli dengan cara al-hashah (yaitu: jual beli dengan melempar kerikil) dan cara lain yang mengandung unsur gharar (spekulatif).*“ (HR. Muslim, no: 2783)

*Keempat;* Di dalam MLM terdapat hal-hal yang bertentangan dengan kaidah umum jual beli, seperti kaidah : *Al Ghunmu bi al Ghurmi*, yang artinya bahwa keuntungan itu sesuai dengan tenaga yang dikeluarkan atau resiko yang dihadapinya. Di dalam MLM ada pihak-pihak yang paling dirugikan yaitu mereka yang berada di level-level paling bawah, karena merekalah yang sebenarnya

---

<sup>12</sup> Baca : *Tuhfat al-Ahwazi*, Juz IV, Dar al Kutub al Ilmiyah, Beirut, tt, hlm. 358, Imam Al- Syaukani, *Nail al-Authar*, Juz V, Dar an Nafais, Riyadh, tt, hlm: 173

<sup>13</sup> Sa'di Abu Jaib, *Al-Qamus Al-Fiqhy, Lughatan wa Istihlan*, Cet. II, Dar al-Masyriq, Damaskus, 1988, hlm. 183

<sup>14</sup> Jalal al-Din al-Suyuthi, *Al-Jami' al-Shahgir*, Juz I dan II, Cet. I, Dar Ihya' al-Kutub al-Arabiyah, Indonesia, tt., hlm. 192



## DAFTAR PUSTAKA

- Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, FKEBI IAIN Sumatera Utara, Medan, 2002
- <http://www.dakwatuna.com/2009/hukum-bisnis-mlm-dan-money-game-bagian-kedua/>; di *download* pada tanggal 8 Oktober 2011
- Jalal al-Din al-Suyuthi, *Al-Jami' al-Shahgir*, Juz I dan II, Cet. I, Dar Ihya' al-Kutub al-Arabiyah, Indonesia, tt.
- Ibn al-Qayyim al-Jauziyah, *I'lam al-Muwaqqi'in*, Juz I, Dar al-Fikr, Beirut, tt.
- Imam Al- Syaukani, *Nail al-Authar*, Juz V, Dar an Nafais, Riyadh, tt.
- Muhammad Al-Shan'ani, *Subul al-Salam*, Juz I – IV, Dahlan, Bandung
- Sa'di Abu Jaib, *Al-Qamus Al-Fiqhy, Lughatan wa Isthilahan*, Cet. II, Dar al-Masyriq, Damaskus, 1988
- Al-Sayid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Juz III, Cet. IV, Dar al-Fikr, Beirut, 1983