

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK *MULTI
LEVEL MARKETING* SYARI'AH HALAL NETWORK
INTERNATIONAL PT. HERBA PENAWAR ALWAHIDA
INDONESIA DI CILACAP**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh :

**LATIFAH SHOFARASTUTI
1423202023**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam telah mengajarkan kepada seluruh umat manusia untuk hidup saling tolong-menolong dengan berdasar rasa tanggung jawab bersama, jamin menjamin dan tanggung menanggung dalam hidup bermasyarakat dapat ditegakkan nilai-nilai keadilan dan dihindarkan praktik-praktik penindasan dan pemerasan.¹

Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*, tidak hanya mengatur hubungan antara manusia dengan pencipta-Nya (*hablum minallah*), melainkan hubungan antara manusia dan sesamanya (*hablum minannas*). Kedua hal tersebut tidak bisa dipisahkan, terlebih dalam hal menjalankan tugasnya sebagai khalifah untuk memakmurkan bumi, suatu tugas yang tidak dapat diemban oleh semua makhluk meskipun malaikat sebagai hamba Allah SWT yang taat menjalankan perintah-Nya. Dalam melaksanakan kekhalfahannya itu, Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaan-Nya yang lain. Perbedaan tersebut diberikan pada manusia antara lain seperti akal, nafsu, naluri, ilmu dan agama. Dengan kelebihan tersebut segala aktifitas yang dilakukan oleh manusia memiliki aturan pokok yang telah diatur di dalam syari'at islam.²

¹ Solihul Hadi, *Pegadaian Syari'ah* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), hlm. 38.

² Amir Syarifudin, *Garis-Garis Besar Fiqh*. Cet Ke-3, (Jakarta: Pranada Media Group, 2010), hlm. 175.

Sesungguhnya ekonomi baik pada masa dahulu, sekarang maupun yang akan datang merupakan urat nadi kehidupan yang vital, dinamis, dan aktif. Oleh sebab itu, ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap kehidupan manusia dalam semua dimensi dan aspeknya, baik aspek pola pikir, aspek keagamaan maupun perilaku. Ekonomi sangat berpengaruh terhadap umat atau bangsa dalam semua aspek atau bidang, baik militer, politik, produk undang-undang maupun sosial.³

Fiqh Muamalah sebagai hasil dari pengolahan potensi insani dalam meraih sebanyak mungkin nilai-nilai (*illahiyat*), yang berkenaan dengan tata aturan hubungan antara manusia (*makhluqat*), yang secara keseluruhan merupakan disiplin ilmu yang tidak mudah untuk dipahami. Karenanya diperlukan suatu kajian yang mendalam agar dapat memahami tata aturan islam tentang hubungan manusia yang sesungguhnya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap fiqh muamalah sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Hal ini disebabkan fiqh muamalah merupakan aturan yang menjadi pengaruh dan penggerak kehidupan manusia.⁴

Bisnis dalam syari'ah Islam pada dasarnya boleh selama tidak ada dalil yang mengharamkan. Sesuai dengan kaidah fikih yang mengatur pada bab muamalah yaitu:⁵

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

³ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 7* (Jakarta: Gema Insani, 2007), hlm. 27.

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. vii-viii.

⁵ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 130.

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Maksud kaidah ini adalah bahwa setiap muamalah dan transaksi pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, dan lain-lain kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berkembang begitu cepat dan dinamis. Namun, Islam juga telah mengatur prinsip-prinsip dalam pengembangan sistem bisnis yaitu dengan menghilangkan unsur *dharar* (bahaya), ketidakjelasan, merugikan atau tidak adil terhadap suatu pihak. Sistem pemberian harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan pihak yang di atas. Bisnis juga harus bebas dari unsur *maysir*, *gharar*, *riba*.

Bisnis selalu berkaitan dengan membangun relasi dan kontrak antar individu ataupun golongan yang berujung dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* yang merupakan salah satu cabang dari *direct selling* (penjualan langsung). Bagi masyarakat Indonesia, terutama para pelaku bisnis istilah *Multi Level Marketing* 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, dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk.⁶

Multi Level Marketing (MLM) memanfaatkan sebagai tenaga penyalur secara langsung sekaligus sebagai konsumen promotor (*up-line*) adalah anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*down-line*) anggota baru yang baru mendaftar atau yang direkrut oleh promotor (*up-line*). Akan tetapi, pada sistem tertentu jenjang keanggotaan ini bisa berubah-ubah sesuai dengan syarat yang berlaku didalamnya.⁷

Selain berkembangnya bisnis *Multi level Marketing*, dalam era globalisasi ini bisnis dengan mengusung prinsip syari'ah juga semakin berkembang pesat dan banyak diminati oleh masyarakat. Berbagai macam bisnis di Indonesia yang berlabel syari'ah pun semakin kita jumpai belakangan ini. Salah satunya yaitu bisnis *Multi Level Marketing* yang juga menggunakan prinsip Syari'ah atau *Halal Network*. Dengan berbisnis syari'ah, masyarakat tidak hanya menjalankan bisnis yang halal tetapi juga akan memperoleh keuntungan yang berkah dalam berbisnis.

Bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah memiliki potensi yang besar untuk berkembang di masa depan. Hal ini disebabkan karena mayoritas penduduk Indonesia adalah penganut agama Islam. Apalagi semakin

⁶ Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam" *Jurnal*, Vol. 3, No. 1 (Th. 2011), hlm. 65.

⁷ Rivai Veithzal, *Islamic Marketing* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 298.

banyaknya perusahaan *Multi Level Marketing* Syari'ah yang berkembang di Indonesia telah terdaftar serta mendapatkan sertifikat DSN-MUI(Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia) seperti salah satunya yaitu perusahaan Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia yang terkenal dengan sebutan HNI-HPAI yang menarik masyarakat untuk ikut bergabung dalam menjalankan Bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah.

Perusahaan HNI-HPAI adalah sebuah perusahaan yang komitmen terhadap produk-produk herbal halal yang berkualitas. Dalam hal pemasaran menggunakan sistem Halal Network Marketing yang sudah mendapat sertifikasi halal melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI). HPAI didirikan di Indonesia pada tanggal 19 Maret 2012, HPAI didirikan oleh pakar-pakar yang sudah berpengalaman dibidangnya dengan tujuan membuat dan memasarkan produk-produk halal berkualitas yang berazaskan pada *Tibunnabawi* (kedokteran islam) sekaligus memajukan dan menciptakan Ekonomi Islam Indonesia yang kokoh melalui sistem jiwa kewirausahaan yang dibangun bertujuan untuk menjembatani antara ilmu dengan kemampuan dasar.⁸

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, adalah bisnis Network Marketing Syari'ah milik muslim yang berasal dari Indonesia, dan kini telah berkembang ke beberapa negara Asean dan Asia. Alhamdulillah, boleh dikatakan HNI kini menjadi bisnis Network Syari'ah milik muslim yang terbesar di Asia, dan dengan pola memiliki potensi yang sangat besar dalam

⁸<http://www.agenhpai.my.id/2011/12/hpai-indonesia-profil-perusahaan.html>
Pada Hari Selasa Tanggal 1 Januari 2019 Pukul 20.00.

memberdayakan umat islam khususnya dalam ikhtiar untuk meraih kesuksesan bersama penuh barokah.⁹

Secara umum segala jenis kegiatan usaha dalam perespektif syari'ah termasuk kedalam kategori muamalah yang hukum asalnya boleh dilakukan asalkan tidak melanggar beberapa prinsip pokok.¹⁰

Berkaitan dengan larangan-larangan dalam melakukan kegiatan usaha telah di atur dalam Quran Surat an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi-transaksi dalam muamalah yang dilakukan secara batil. Ayat ini mengindikasikan bahwa Allah kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara batil. Secara batil dalam konteks ini memiliki arti yang sangat luas, diantaranya melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara', seperti riba, transaksi yang bersifat spekulatif, transaksi yang mengandung *gharar*.¹¹

⁹Hasil Wawancara Dengan Ibu Ari Kurniasih (Sebagai Loyal Executive Director HNI-HPAI), Pada Tanggal 23 Juli 2018 Pukul 13.00.

¹⁰<http://abduhrahmanblogspotcom.blogspot.com/2010/05/mlm-syariah.html> Diakses Pada Hari Selasa Tanggal 1 Januari 2019 Pukul 20.00.

¹¹ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah...*, hlm. 70.

Produk HNI-HPAI sangat banyak, untuk kebutuhan sehat keluarga sehari-hari, yang setiap waktunya terus dikembangkan dan diperluas sektor pemanfaatannya antara lain yaitu:

1. Produk harian seperti pasta gigi, sabun mandi, produk toiletries, juga deterjen.
2. Produk makanan seperti kopi sehat, teh herba, susu kambing dan minuman sehat keluarga.
3. Produk kesehatan muslimah seperti pembalut herbal yang halal dan berkualitas.
4. Produk kesehatan keluarga harian seperti, herba dan multivitamin bermanfaat untuk seluruh keluarga, dan masih banyak produk-produk herbal lainnya.

Sebagai pemasaran, HNI-HPAI dibangun berdasarkan formasi jaringan tertentu bisa *top-down* (atas-bawah) atau *left-right* (kanan-kiri), atau bisa perpaduan keduanya. Namun, perlu diketahui formasi seperti ini tidak akan hidup dan berjalan jika tidak ada benefit dan keuntungan. Di HNI-HPAI ada beberapa konsep 5 keuntungan yang berupa discount, bonus, royalti, promo, dan agen stok. 5 keuntungan tersebut didalamnya terdapat bonus yang diberikan kepada para member atau yang bergabung dalam HNI-HPAI ini.¹²

¹²Hasil Wawancara Dengan Ibu Ari Kurniasih (Sebagai Loyal Executive Director HNI-HPAI), Pada Hari Kamis Tanggal 7 Juni 2018 Pukul 13.00.

Mengingat bahwa dalam sistem bisnis HNI-HPAI, mitra yang telah bergabung dengan bisnis HNI-HPAI ada 4 pilihan bisnis yang akan mitra jalankan yaitu:¹³

1. Menjadi pembangun jaringan. Artinya seorang mitra fokus pada membangun jaringan-jaringan agen-agen. Dan penghasilan mitra tersebut didapatkan dari omset pribadi dan omset agen. Besarnya bonus disesuaikan dengan peringkat dan besarnya omset.
2. Menjadi seorang agen. Artinya, mitra tersebut fokus pada bisnis penjualan produk-produk HPAI. Dan keuntungan langsung dari hasil penjualan.
3. Pilihan ketiga adalah kombinasi dari keduanya (pilihan 1 dan 2).
4. Seorang mitra hanya bergabung untuk mendapatkan diskon produk saja.

Secara sepintas MLM Syari'ah bisa saja tampak tidak berbeda dengan praktik-praktik bisnis MLM Konvensional. Namun, jika ditelaah lebih jauh dalam proses operasionalnya, ternyata ada beberapa perbedaan mendasar yang cukup signifikan antarakedua varian MLM tersebut, yaitu:¹⁴

1. Sebagai perusahaan yang beroperasi syari'ah, niat, konsep, dan praktik pengelolaannya senantiasa merujuk kepada al-Quran, Hadits. Dan untuk struktur organisasi perusahaanpun dilengkapi dengan Dewan Pengawas Syari'ah dari Majelis Ulama Indonesia untuk mengawasi jalannya perusahaan agar sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam.

¹³Hasil Wawancara Dengan Ibu Ari Kurniasih (Sebagai Loyal Executive Director HNI-HPAI), Pada Hari Senin Tanggal 18 Juni 2018 Pukul 15.00.

¹⁴<https://islamicbusinessnetwork.wordpress.com/2008/06/10/beda-mlm-syariah-dengan-mlm-konvensional> Diakses Pada Hari Kamis Tanggal 3 Januari 2019 Pukul 20.00.

2. Usaha MLM Syari'ah pada umumnya memiliki visi dan misi yang menekankan kepada pembangunan ekonomi nasional melalui penyediaan lapangan kerja, produk-produk kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau, dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah di tanah air demi meningkatkan kemakmuran, kesejahteraan, dan meninggikan martabat bangsa.
3. Sistem pemberian insentif disusun dengan memperhatikan prinsip keadilan dan kesejahteraan. Dirancang semudah mungkin untuk dipahami dan dipraktikkan. Selain itu, memberikan kesempatan pada distributornya untuk memperoleh pendapatan seoptimal mungkin sesuai kemampuannya melalui penjualan, pengembangan jaringan, ataupun melalui keduanya.
4. Dalam hal marketing plan nya, MLM Syari'ah pada umumnya mengusahakan untuk tidak membawa para distributornya pada suasana materialisme dan konsumerisme yang jauh-jauh pada nilai-nilai islam. Karena bagaimanapun, materialisme dan konsumerisme pada akhirnya akan membawa kepada kemubaziran yang terlarang dalam islam.

Berbicara mengenai masalah muamalah, Islam sangat menekankan pentingnya peranan akad dalam menentukan sah tidaknya suatu perjanjian bisnis terutama pada bisnis *Multi Level Marketing* yang mengusung prinsip Syari'ah untuk membedakan ada tidaknya unsur riba dan gharar dalam sebuah transaksi akad. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah yang diterapkan oleh HNI-

HPI yang berada di Business Center Cilacap ini apakah sudah memenuhi karakteristik Syariah Islam atau belum, sehingga ada kejelasan bagi masyarakat secara umum dan bagi perusahaan secara khusus agar bisa mengaplikasikan sistem kerja yang benar. Dengan penemuan masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syariah Dalam Bisnis Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap”*.

B. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam memahami persoalan yang akan dibahas dan sebagai upaya untuk meminimalisir adanya kesalahpahaman dalam memaknai makna yang terkandung dalam judul skripsi **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syariah Dalam Bisnis Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap”**, maka penulis akan memberikan penjelasan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul yakni:

1. Tinjauan Hukum Islam

Tinjauan berasal dari kata “tinjau” yang artinya mengintai, menyelidiki, melihat, memeriksa atau memepetimbangan dengan cermat. Sedangkan arti dari kata tinjauan adalah pandangan atau pendapat setelah dilakukannya penyelidikan.¹⁵ Hukum Islam adalah kaidah, asas atau

¹⁵ Risa Agustina, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Serba Jaya, t.t), hlm. 606.

prinsip untuk mengatur kehidupan sehari-hari masyarakat islam yang berlandaskan sesuai al-Qur'an, hadits Nabi, fiqh, dan pendapat sahabat maupun pendapat yang berkembang disuatu masa dalam kehidupan islam.¹⁶

2. Praktik

Praktik merupakan pelaksanaan secara nyata apa yang disebut dalam teori.

3. *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing adalah sistem penjualan secara langsung kepada konsumen yang dilakukan secara berantai, dimana seorang konsumen dapat menjadi distributor produk dan dapat mempromosikan orang lain untuk bergabung dalam rangka memperluas jaringan distributornya.¹⁷

4. Halal Network International - Herba Penawar Alwahida Indonesia

Merupakan perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibunnabawi.¹⁸

¹⁶ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. 1 (Jakarta: Ihtiar Baru Van Hoeve, 1997), hlm. 575.

¹⁷ Anita Rahmawati, "Bisnis Multi Level Marketing Dalam Prespektif Islam" *Jurnal*, Vol. 2, No. 1 (Th. 2014), hlm. 73.

¹⁸ http://hpaindonesia.net/web-downloads/VirtualKit/Buku_Panduan_VirtualKit.pdf

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbullah permasalahan diantaranya:

1. Bagaimana praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah dalam bisnis HNI-HPAI yang berada di Cilacap?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah dalam bisnis HNI-HPAI yang berada di Cilacap?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu yang pertama untuk mengetahui dan mendeskripsikan praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah dalam bisnis HNI-HPAI yang berada di Business Center Cilacap. Kedua, untuk mengetahui pandangan hukum islam terhadap *Multi Level Marketing* Syari'ah dalam bisnis HNI-HPAI yang berada di Business Center Cilacap.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam arti membangun, memperkuat, menyempurnakan teori yang telah ada dan memberikan sumbangsih terhadap Ilmu Hukum Ekonomi Syariah khususnya kajian hukum Muamalah yang berhubungan dengan masalah yang ada dalam

proses Praktik *Muti Level Marketing Syari'ah* sehingga dapat menjadi bacaan, referensi dan acuan bagi penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan memberikan manfaat serta menambah khazanah intelektual bagi perusahaan HNI-HPAI, mejadi rujukan dalam melaksanakan ketentuan sistem bisnis *Multi Level Marketing Syari'ah* dalam Hukum Ekonomi Syariah, perusahaan ataupun masyarakat yang akan ikut serta bergabung kedalam bisnis HNI-HPAI diharapkan mampu memahami dan menerapkan transaksi muamalah khususnya praktik *Multi Level Marketing Syari'ah* yang sesuai dengan ketentuan hukum islam dan merubah kebiasaan dimasyarakat yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

E. Kajian Pustaka

Dalam rangka membantu memecahkan masalah sesuai dengan penjelasan tentang praktik *Multi Level Marketing Syari'ah* maka penyusun ingin mencari dan menelaah referensi literatur atau penelitian terdahulu mengenai akad yang terdapat unsur keraguan atau menyimpang dari tujuan dan prinsip bermuamalah.

Skripsi Sarah Mutiari mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Surakarta dengan judul "*Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*" penelitian ini mendiskripsikan bahwa bisnis MLM adalah pemasarn yang berjenjang banyak. Disebut sebagai Multi Level karena

merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. Jadi marketing lebih luasnya maknanya dari menjual. Dan pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing* Oriflame boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh). Diboolehkannya karena yang diperjualbelikan Oriflame itu nyata atau ada barangnya, produk yang dijual bahan aman untuk kulit manusia tidak mengandung unsur hewani. Tidak mengandung unsur riba, perjudian, penipuan yang bisa merugikan setiap anggotanya.¹⁹

Buku *Dwilogi The Master Book, The Best Market Leader* karya *Zulzhaidir B. Firly Ramly*. Buku ini menjadi panduan penulis karena buku ini berguna dalam rangka memahami step by step dalam menjalani bisnis berbasis syariah bersama Halal Network International (HNI). Didalam buku ini pengarang menyebutkan bisnis syariah milik muslim yang membangun network berskala nasional dan international. Bisnis yang dibangun lintas negeri, budaya dan bahasa, untuk membangun pasar halal berbasis Ekonomi Islam. Jadi buku ini sangatlah membantu penulis untuk menjelaskan sekilas tentang pengertian HNI (Halal Network International).²⁰

Skripsi Beni Khoiril Abdillah mahasiswa Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang dengan judul *“Praktek Sistem Bonus Dalam Perusahaan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (HPAI) Kota Semarang*

¹⁹ Sarah Mutiarani, *“Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam”*, Skripsi jurusan Fakultas Syari’ah, IAIN Surakarta, 2017, hlm. 72.

²⁰ Zulchaidir B. Firly Ramly, *Dwilogi The Master Book To Be The Best Market Leader Hand Book for Agent Halal Network International* (Jakarta: Fighter Management, 2017), hlm. 101.

Dalam Perspektif Ekonomi Islam” penelitian ini mendiskripsikan tentang penerapan bonus perusahaan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia yang berdasarkan atas kinerja kepemimpinan atas down-line sehingga berkembang dengan ketentuan untuk manager hanya tiga generasi, senior manager enam generasi, excecutive manager enam generasi, director enam generasi, senior director enam generasi, *executive director sepuluh generasi*, *gold executive director* sepuluh generasi, *diamond executive director* sepuluh generasi, *crown executive director* sepuluh generasi, dengan ketentuan generasi pertama 6%, generasi kedua 4%, generasi ketiga 3%, generasi keempat 2%, generasi kelima 2%, generasi keenam 2%, generasi ketujuh 1,5%, generasi kedelapan 1,5%, generasi kesembilan 2%, generasi kesepuluh 2%. HPAI dalam pengelolaan bisnis perusahaan dalam bidang penjualan langsung berjenjang atau yang sering disebut dengan MLM, tidak lepas dengan perolehan bonus yang berkaitan dengan pola bisnis dengan memanfaatkan jaringan. Pemberian bonus royalty kemajuan jaringan dengan kualifikasi minimal senior manager dengan perhitungan nilai poin dikali 6% dari poin internasional HPAI dan dibagi nilai poin internasional HPAI dengan syarat bagi Senior Manager maksimal 2000 poin, Executive Manager 3000 poin, Director 4000 poin, Senior Director 5000 poin, dan Executive Director 6000 poin. Prakter sistem bonus dalam perusahaan HPAI belum memenuhi kriteria ekonomi islam dibuktikan dengan terpenuhinya klasifikasi bahwa bonus yang diberikan berdasarkan kerja nyata (termasuk bonus kepemimpinan), transparasi yang jelas, sistem yang tidak mendukung terjadinya ighra’, tidak adanya eksploitasi

dalam pelaksanaan prosedur pembagian bonus. Dalam penelitian ini si penulis menyatakan bahwa hanya perlu perbaikan dibagian aspek perlindungan down-line dari up-line yang tidak memenuhi amanah sebagai fasilitator perkembangan down-line, sehingga bonus yang didapat bukan hanya halal namun juga toyib.²¹

Jurnal yang ditulis oleh Abdur Rohmah Ketua Pusat Studi Ekonomi Islam Universitas Trunojoyo Madura Vol. XIII, No. 2, Desember 2016, yang berjudul Analisis Penerapan Akad *ju'ālah* dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan *www. Jamaher Network*), penelitian ini mendiskripsikan *Jamaher Network* merupakan bagian dari Network Marketing (MLM) baru di Indonesia²². MLM ini banyak memakai istilah-istilah syariah dalam penerapan system plan atau marketing *plannya*. Beberapa hal yang telah dijelaskan bahwa akad *ju'ālah* yang diterapkan oleh *Jamaher Network* termasuk diperbolehkan dalam fiqh islam, terlebih dengan bahasa syariah. Dimana kata syariah dewasa ini menjadi brand menarik, sehingga jarang di antara mereka menggunakan label syariah sebagai alat marketing yang tepat. Dengan demikian marketing plan dalam *Jamaher Network* menurut hemat penulis sebuah MLM yang mengedepankan konsep berbagi kepada membeinya, sehingga member diharapkan merasa aman, serta mampu menjawab isu-isu yang menjamur di tengah masyarakat yang terkesan bahwa

²¹ Beni Khoiril Abdillah, "Praktek Sistem Bonus Dalam Perusahaan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (Hpai) Kota Semarang Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Semarang, 2015, hlm. 94.

²² Abdur Rohman, "Analisis Penerapan Akad Al-Ju'alah dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan *www. Jamaher Network*), AL-'ADALAH Vol. XIII, No. 2, Desember 2016, hlm. 187.

MLM identik dengan penipuan. Aplikasi akad *ju'alah* pada MLM Jamaher Network, yang menjadi objek dalam penelitian ini, seorang member yang merekrut banyak downline atau mengembangkan networknya, kemudian tidak melakukan pembinaan terhadap *downlinenya* maka walaupun peringkatnya semakin tinggi namun bonusnya bisa berkurang, ini terjadi karena marketing plan yang dibuat perusahaan memang mengharuskan kepada member untuk tetap aktif melakukan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada perusahaan, yaitu terjualnya produk yang disediakan oleh perusahaan. Sedangkan obyek akad yang kedua, yaitu upah. Upah harus merupakan sesuatu yang jelas dan halal. Dalam hal MLM Jamaher Network, besarnya upah ditentukan dalam marketing plan, dan wujudnya berupa uang dan produk.²³

Jurnal yang ditulis oleh Moh. Bahruddin Vol. 3 No. 1 Januari 2011 dengan judul *Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam*. Penelitian ini mendeskripsikan bahwa MLM adalah sarana untuk menjual produk, baik berupa barang atau jasa bukan sarana untuk mendapatkan uang tanpa ada produk atau produk hanya kamufase. Sehingga yang terjadi adalah money game atau arisan berantai yang sama dengan judi dan hukumnya haram. Dalam MLM Syariah produk yang ditawarkan harus jelas kehalalannya, karena anggota bukan hanya konsumen barang tersebut tetapi juga

²³ Abdu Rohman, "Analisis Penerapan Akad Al-Ju'alah dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www. Jamaher Network)", *Jurnal, AL-'ADALAH* Vol. XIII, No. 2, Desember 2016, hlm. 188.

memasarkan kepada yang lainnya. Sehingga dia harus tau status barang tersebut dan bertanggung kepada lainnya.²⁴

Sedangkan dalam skripsi penyusun, akan memaparkan mengenai praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah yang diterapkan dalam bisnis HNI-HPAI yang berada di Business Center Cilacap yang sesuai dengan sistem praktik menurut Hukum Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I merupakan pendahuluan dari skripsi ini yang berisi mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

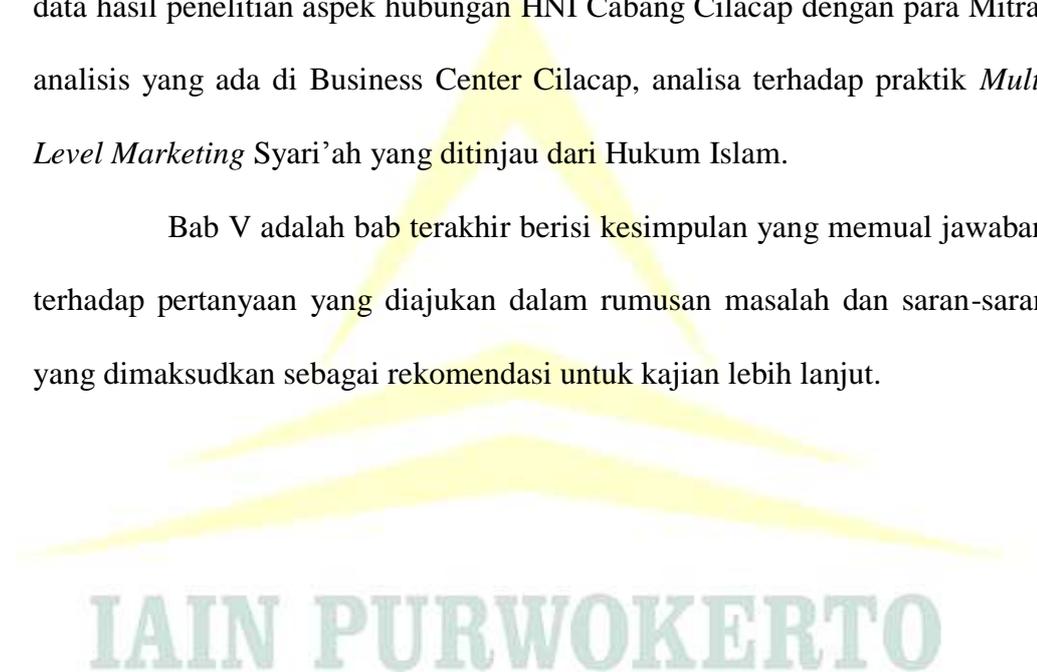
Bab II merupakan bab yang berisi landasan teori mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, baik dari buku-buku atau rujukan lain seperti jurnal dan literatur lainnya, yang nantinya teori tersebut dapat dianalisis. Teori-teori dalam pembahasan disini yaitu pengertian *Multi Level Marketing Syariah*, pengertian perbedaan antara *Multi Level Marketing* Syari'ah dengan *Multi Level Marketing* konvensional, akad-akad yang diterapkan di MLM Syariah, meliputi akad *Wakalah*, akad Jual Beli, akad *ju'alah*, serta hal-hal lain yang terkait dengan tema penelitian sebagai bahan analisis.

²⁴ Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal*, Vol. 3 No. 1 Januari 2011, hlm. 78

Bab III merupakan bab yang menguraikan tentang metode penelitian meliputi jenis penelitian, subyek dan obyek penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan pembahasan inti dari skripsi. Bab ini menjelaskan laporan hasil penelitian mengenai gambaran umum tentang HNI-HPAI di Business Center Cilacap, penyajian data hasil penelitian, analisis hasil penelitian aspek hubungan HNI Pusat dengan HNI Cabang Cilacap, analisis data hasil penelitian aspek hubungan HNI Cabang Cilacap dengan para Mitra, analisis yang ada di Business Center Cilacap, analisa terhadap praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah yang ditinjau dari Hukum Islam.

Bab V adalah bab terakhir berisi kesimpulan yang memual jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah dan saran-saran yang dimaksudkan sebagai rekomendasi untuk kajian lebih lanjut.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai pembahasan tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida di Cilacap, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah Halal Network International PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia. Dalam praktik ini HNI Cilacap bertindak sebagai Business Center atau kantor Cabang dengan menggunakan akad *Wakalah*, yaitu *wakalah Bil Ujrah* dan *Wakalah Muqayyadah*. Disebut dengan akad wakalah yaitu business center yang berada di Cilacap sudah tertera di dalam buku Panduan Sukses HNI- HPAI dan di akui sebagai Pusat Bisnis di Cilacap.
2. Praktik *Multi Level Marketing* Syari'ah di atas jika ditinjau dari Hukum Ekonomi Syari'ah, maka:
 - a. HNI dalam menawarkan produknya kepada menggunakan akad jual beli, manakala produk-produknya diperjualbelikan kepada konsumen (yang belum mitra/agen). Karena jika diperjualbelikan kepada konsumen, pembeli/konsumen itu tidak mendapatkan poin (bonus/potongan harga).

- b. HNI yang berada di Cilacap merupakan Kantor Cabang atau Business Center. Disini HNI Cilacap bertindak melalui akad Wakalah yaitu *wakalah bil ujah* dan *wakalah muqayyadah*. Pertama, disebut *wakalah bil ujah* karena HNI Pusat mewakilkan kepada HNI Cabang Cilacap untuk mempromosikan dan menjualbelikan produk-produk perusahaan MLM tersebut dan untuk setiap terjadinya transaksi penjualan tersebut perusahaan HNI Pusat memberikan imbalan (bonus) sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Kedua, disebut *wakalah muqayyadah* karena perusahaan HNI Pusat memberikan wewenang kepada HNI Cabang yang berada di Cilacap ini untuk mempromosikan dan menjualbelikan produk-produk HNI Pusat dengan keterkaitan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak dan disepakati bersama.
- c. HNI Cabang Cilacap menerima reward, reward ini dalam Hukum Ekonomi Syari'ah disebut dengan *ju'alah*. Artinya, *ju'alah* ini didapat ketika mitra tersebut membeli atau menjual produk, merekrut mitra baru dan mitra itu aktif di dalam bisnis HNI, dan besar kecilnya pangkat mitra tersebut.

B. Saran – Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai pembahasan tentang tinjauan hukum islam terhadap praktik Multi Level Marketing Syari'ah HNI-HPAI di Cilacap, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Business Center Cilacap hendaknya menambah jumlah pegawai administrasi, untuk lebih mempermudah dan mempercepat pekerjaan di Pusat Bisnis, khususnya dalam hal pelayanan menstok produk barang.
2. Bagi pihak Business Center Cilacap dan para mitranya atau distributor lainnya hendaknya lebih aktif dalam memasarkan produknya.
3. Agar terciptanya hubungan keakraban dan silaturahmi yang harmonis dan islami, pihak Business Center Cilacap hendaknya terus melakukan komunikasi, dan pelatihan-pelatihan serta melakukan kegiatan keagamaan yang menunjang mitra atau distributor maupun yang lainnya untuk berperilaku jujur dan dapat dipercaya.
4. Bagi pihak pemilik Business Center Cilacap tetap istiqomah melakukan kegiatan *Home Sharing* setiap dua minggu sekali. Agar tetap menjaga hubungan team solid untuk saling berbagi motivasi dan edukasi, membuat target, rencana, dan strategi serta melakukan evaluasi kinerja.

IAIN PURWOKERTO



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abu Abdillah Muhammad, Imam. Bin Ismail Bin Ibrahim Bin Al-Mughirah Bin Bardizbah Al-Ju'fi Al-Bukhari. *Sahih Bukhari* Juz 3 Maktabul Buhuts Waddirosatu Wattautsiqi fi Darilfikir, t.t.

Agustin, Risa. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Serba Jaya. t.t.

Al-qur'anilkarim, *al-Qur'an dan Terjemaahnya Departemen Agama RI*. Surakarta: Media Insani. 2007.

Amiruddin dan Asikin, Zainal. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2004.

Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta. 1998.

Azam al-Hadi, Abu. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Raja Grafindo Persada. 2017.

Azhar Basyir, Ahmad. *Asas-Asas Hukum Mu'amalah (Hukum Perdata)*, cet. Ke-Yogyakarta: FH UII. 2004.

Aziz Dahlan, Abdul. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. 1. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve. 1997.

Aziz Muhammad Azam, Abdul. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah. 2010.

Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1998.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 7*. Jakarta: Gema Insani. 2007.

- B. Firly Ramly, Zulchaidir. *Dwilogi The Master Book To Be The Best Market Leader Hand Book for Agent Halal Network International*. Jakarta: Fighter Management. 2017.
- Dewan Syariah Nasional MUI. 75. Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). pdf.
- Djazuli. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2006.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Hadi, Solihul. *Pegadaian Syari'ah*. Jakarta: Salemba Diniyah. 2003.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2015.
- Hikmat, Mahi M. *Metode Penelitian Dalam Prespektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* Yogyakarta: Graha Ilmu. 2014.
- Khoiril Abdillah, Beni. "*Praktek Sistem Bonus Dalam Perusahaan Herba Penawar Al-Wahida Indonesia (Hpai) Kota Semarang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Semarang. 2015.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. 2012.
- Mardani. *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. 2013.
- Milles, Mattew B dan Huberman, A Mitchel. *Analisis Data Kualitatif*. Terj. Tjejep Rohandi Rosidi. Jakarta: UII Press. 2007.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2001.
- Mubarak, Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017.
- Mubarak, Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Tabarru'*. Bandung: Simbiosis Reketama Media. 2017.
- Mubarak, Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah (Akad Ijarah dan Ju'alah)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017.
- Muhammad Azam, Abdul Aziz. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah. 2010.

- Mutiarani, Sarah. *“Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam”*. Skripsi jurusan Fakultas Syari’ah, IAIN Surakarta. 2017.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press. 2005.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo. 1994.
- Rianse, Usman dan Abdi. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: teorii dan praktik*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Rivai, Veithzal dkk. *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2012.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama. 2012.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2013
- Syarifudin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. Cet Ke-3. Jakarta: Pranada Media Group. 2010.
- Syuja’ Al-Ashfahani, Abu. *Fikih Praktis Madzhab Syafi’i (Matan Abu Syuja’)*. Sukaharjo: Kuttab Publishing. 2016.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras. 2009.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: Berkat Mulia Insani. 2012.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa. 2008.

Non Buku

- Rahmawati, Anita, “Bisnis Multi Level Marketing Dalam Prespektif Islam” *Jurnal*, Vol. 2, No. 1. 2014.
- Rohman, Abdur. *“Analisis Penerapan Akad Al-Ju’alah dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www. Jamaher Network)*. Al-‘Adalah Vol. XIII. No. 2. Desember. 2016.

Bahrudin, Moh. "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam" *Jurnal*, Vol. 3, No. 1. 2011.

Fairuz Tamziz, Mohammad. "*International Journal of Islamic and Civilizational Studies (Ju'alah in Shari'ah)*". Vol. No. 2. No. 1. 2015.

<https://islamicbusinessnetwork.wordpress.com/2008/06/10/beda-mlm-syariah-dengan-mlm-konvensional>

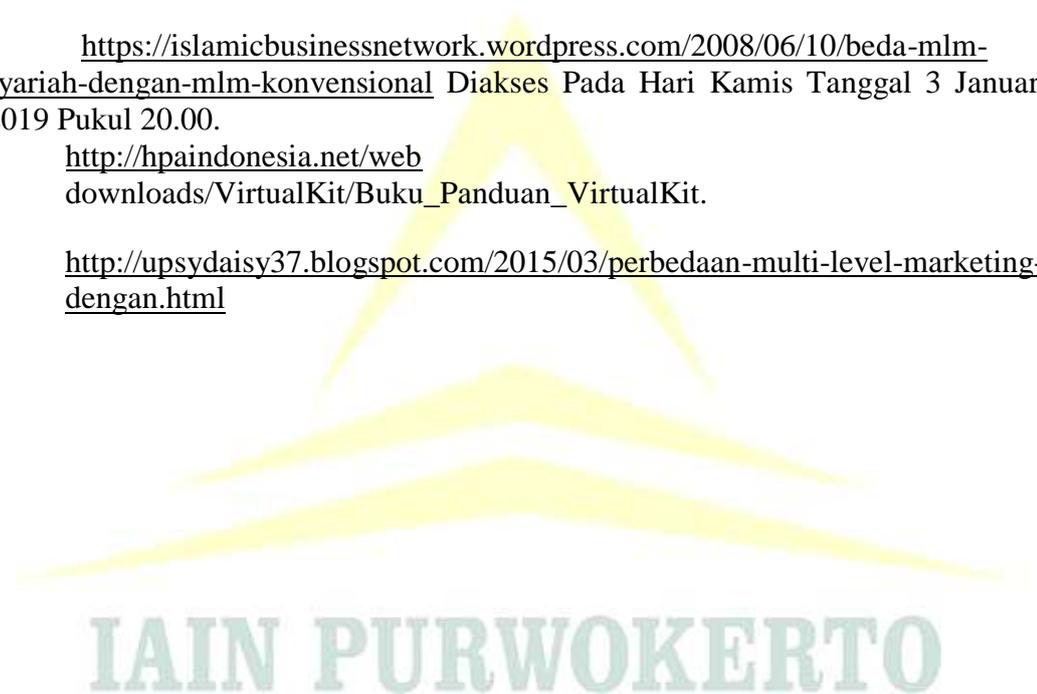
<http://www.agenhpai.my.id/2011/12/hpai-indonesia-profil-perusahaan.html>
Diakses Pada Hari Selasa Tanggal 1 Januari 2019 Pukul 20.00.

<http://abdulrahmanblogspotcom.blogspot.com/2010/05/mlm-syariah.html>
Diakses Pada Hari Selasa Tanggal 1 Januari 2019 Pukul 20.00.

<https://islamicbusinessnetwork.wordpress.com/2008/06/10/beda-mlm-syariah-dengan-mlm-konvensional> Diakses Pada Hari Kamis Tanggal 3 Januari 2019 Pukul 20.00.

http://hpaindonesia.net/web-downloads/VirtualKit/Buku_Panduan_VirtualKit.

<http://upsydaisy37.blogspot.com/2015/03/perbedaan-multi-level-marketing-dengan.html>



IAIN PURWOKERTO