

**SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM)
PADA PT TIENS INDONESIA PERSPEKTIF *AL-ẒARĪ'AH***



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

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

IAIN PURWOKERTO

Oleh

INDRY SETYO WINARTI

NIM. 1617301017

**PROGRAM HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

**“SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM) PADA
PT TIENS INDONESIA MENURUT PERSPEKTIF *AL-ZARĪAH*”**

ABSTRAK

**Indry Setyo Winarti
NIM. 1617301017**

**Jurusan Muamalah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

Multi Level marketing atau *Network Marketing* merupakan sistem pendistribusian barang atau jasa lewat suatu jaringan, kemudian orang-orang ini akan mensponsori orang-orang lain untuk membantu-meneruskan lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan. PT Tiens Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan sistem MLM berbasis syariah yang harus berpedoman pada Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009. Dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan sistem MLM pada PT Tiens perspektif *al-zarī'ah*.

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*fiels research*) yaitu penelitian yang datanya sesuai dengan keadaan asli di lapangan. Data primer diperoleh dengan melalui wawancara antara peneliti dengan distributor Tiens. Sedangkan data sekunder diambil dari buku, majalah, *web site*, dan dokumen yang berkaitan dengan yang diteliti. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode normatif sosiologis, sedangkan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi *web site* Tiens, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem MLM PT Tiens Indonesia yaitu produk, perekrutan *member*, penjualan produk, dan jenjang karir. Dari kegiatan sistem MLM pada PT Tiens tersebut sudah sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009. Maka dalam sistem MLM pada PT Tiens ini tidak ada perbuatan yang dilarang dan termasuk dalam MLM syariah. Secara keseluruhan untuk MLM pada PT Tiens ini adalah hukumnya halal ditinjau prespektif *al-zarī'ah*. Dan dapat membuka jalan menuju kebaikan atau *fath al-zarī'ah*.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing, al-zarī'ah, Tiens, Fatwa DSN-MUI, MLM Syariah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR	xii
MOTTO	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR SINGKATAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian.....	12
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pandangan Umum Jual Beli dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i>	18
1. Jual Beli dalam Islam	18
2. Transaksi dalam Islam.....	21
3. Hukum dasar Jual Beli dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i>	26
B. Pandangan Umum tentang <i>Multi Level Marketing</i>	30
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	30

2. Sejarah <i>Multi Level Marketing</i>	31
3. Tujuan <i>Multi Level Marketing</i>	33
4. Mekanisme <i>Multi Level Marketing</i>	35
5. Perbedaan <i>Multi Level Marketing</i> Syariah dengan Konvensional	38
C. Pandangan Umum tentang <i>al-Ẓarī'ah</i>	40
1. Pengertian <i>al-Ẓarī'ah</i>	40
2. Kedudukan <i>al-Ẓarī'ah</i>	42
3. Prinsip <i>al-Ẓarī'ah</i>	44
4. Pengelompokan <i>al-Ẓarī'ah</i>	45
5. Pandangan Ulama tentang <i>Sadd al-Ẓarī'ah</i>	46
BAB III : PROFIL PERUSAHAAN DAN CARA KERJA MULTI LEVEL MARKETING PADA TIENS INDONESIA	
A. Profil Perusahaan <i>Tiens Group</i>	47
1. Sejarah Berdirinya <i>Tiens</i>	47
2. Visi Misi	49
B. Profil <i>Tiens</i> Cabang Indonesia	50
C. Cara kerja <i>Multi Level Marketing</i> pada PT <i>Tiens</i> Indonesia	53
1. Produk <i>Tiens</i>	53
2. Perekrutan <i>Member</i>	55
3. Penjualan Produk.....	58
4. Jenjang Karir	62
5. <i>Money Game</i> dan Skema Piramida	64
BAB IV : SISTEM MULTI LEVEL MARKETING PADA PT TIENS INDONESIA PERSPEKTIF AL-ẒARĪ'AH	
A. Tinjauan <i>al-Ẓarī'ah</i> Produk.....	69
B. Tinjauan <i>al-Ẓarī'ah</i> Perekrutan <i>Member</i>	71
C. Tinjauan <i>al-Ẓarī'ah</i> Penjualan Produk	73
D. Tinjauan <i>al-Ẓarī'ah</i> Jenjang Karir.....	84

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan 86

B. Saran..... 87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Harus diakui salah satu fenomena bisnis yang sangat pesat pertumbuhannya dalam beberapa dasawarsa ini adalah *e-commerce*, bisnis secara *franchise* dan *multi level marketing*. Ketiga jenis bisnis ini tumbuh bukan menurut deret hitung tetapi secara deret ukur dan eksponensial sehingga mengalahkan percepatan bisnis tradisional yang mengandalkan pertemuan langsung pembeli-penjual (*direct meeting between seller and buyer*). Khusus untuk *multi level marketing*, keberadaannya sangat menarik di samping perkembangan usahanya juga aspek syariah yang terkait dengannya.¹

Secara realita perusahaan MLM sudah banyak tumbuh dan berkembang baik di dalam dan di luar negeri. Bahkan di Indonesia sendiri sudah ada yang menyatakan secara terang-terangan bahwa MLM tersebut sesuai dengan syariat dan mendapatkan sertifikasi halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Untuk MLM yang berdasarkan prinsip syariah ini, masih diperlukan akuntabilitas dari MUI.

Multi Level Marketing masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 80-an, jaringan bisnis Penjualan Langsung (*Direct Selling*) MLM, terus marak dan subur menjamur dan bertambah merebak lagi setelah adanya badai krisis moneter dan ekonomi. Pemain yang terjun di dunia MLM yang

¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah (dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya)* (Depok: Qultum Media, 2005), hlm. v.

memanfaatkan momentum dan situasi krisis untuk menawarkan solusi bisnis pemain asing maupun lokal. Hal itu menunjukkan bahwa bisnis MLM banyak diminati banyak kalangan.²

Multi Level Marketing dinilai sebagai metode pemasaran yang lebih efisien dan efektif pada tingkat retail (penjualan eceran) karena besarnya dan luasnya gerakan individu-individu yang melancarkan program marketing ini dibandingkan sistem pemasaran biasa. *Multi Level marketing* atau *Network Marketing* merupakan sistem pendistribusian barang atau jasa lewat suatu jaringan atau orang-orang yang independen, kemudian orang-orang ini akan mensponsori orang-orang lain untuk membantu-meneruskan lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan.³

MLM pada hakikatnya adalah bisnis yang berdasar pada sistem pendistribusian barang. Bonus didapatkan dari total omzet penjualan barang yang didistribusikan melalui jaringannya. Hal ini berbeda dengan sistem *money game*, dimana pendapatan bonus didapat dari perekrutan, bukan dari omzet penjualan barang.⁴

Nilai ekonomis dari perusahaan MLM ditandai dengan tingkat kegagalan yang besar dan kerugian keuangan dari jutaan orang yang terlibat. Struktur dari MLM yang memposisikan setiap orang pada rantai penjualan

² Agus Marimin dkk, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02, No. 02, Juli 2016, diakses pada www.researchgate.net, hlm. 106.

³ Agus Marimin dkk, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam", hlm. 107.

⁴ Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal UM Surakarta*, Vol. 1 No. 1, Februari 2016, diakses pada www.semanticscholar.org, hlm 32-33.

yang tidak pernah berakhir secara matematis tidak akan bisa bertahan lama. Selain itu, sistem yang memungkinkan adanya jumlah distributor yang tidak dibatasi akan senantiasa membuat ketidakstabilan.⁵ Hal tersebut lebih identik dengan sistem MLM konvensional.

Kemudian dengan perkembangan waktu, sistem bisnis MLM konvensional dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek-aspek haram dan *syubhat* dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah yang disebut dengan MLM syariah. Dalam MLM syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah yang memungkinkan untuk mengawasi pengelolaan suatu usaha syariah. Lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai *internal audit and surveillance system* untuk memfilter bila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu usaha syariah.⁶

Dari aspek produk yang dijual, harus merupakan produk-produk yang halal, bermanfaat dan dapat diserahkan terimakan serta mempunyai harga yang jelas. MLM yang dikelola oleh seorang muslim, jika objeknya tidak memenuhi di atas hukumnya tidak sah.⁷

Salah satu perusahaan yang menggunakan bisnis *Multi Level Marketing* yang berbasis Syariah adalah PT Singa Langit Jaya atau Tiens Indonesia. PT Singa Langit Jaya adalah sebuah perusahaan raksasa dari Cina yang bergerak di bidang pemasaran *Supplement Food* (Makanan Kesehatan), berkantor pusat di Tianjin, Tiongkok. Masuk ke Indonesia pada tahun 2001,

⁵ Benny Santoso, *All About MLM* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm 24.

⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm 86.

⁷ Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, *Multi-Level Marketing*, hlm 36.

di Indonesia sering dikenal dengan nama TIENS Internasional/TIANSHI. TIENS merupakan salah satu unit bisnis dari *Tiens Group*, yang bergerak di bidang penjualan langsung, dengan memasarkan produk-produk suplemen herbal dan alat kesehatan yang memadukan resep pengobatan tradisional Tiongkok dengan teknologi modern dan mutakhir.

Tiens Group yang didirikan pada tahun 1995 oleh *Mr. Li Jinyuan* di Tianjin, Tiongkok merupakan perusahaan konglomerasi multi-nasional dalam berbagai bidang seperti bio-teknologi, pendidikan, bisnis ritel, pariwisata, institusi keuangan, perdagangan internasional serta bisnis properti dan sebagainya. *Tiens Group* mulai merambah pasar internasional di tahun 1997. Kini, dengan cakupan bisnis yang menjangkau lebih dari 190 negara, *Tiens Group* telah memiliki kantor cabang di lebih dari 110 negara serta membangun aliansi strategis yang kuat dengan berbagai perusahaan terkemuka di penjuru dunia.⁸

Tepatnya pada tanggal 7 Desember 2012 *Tiens* telah diberikan rekomendasi untuk mendapatkan sertifikasi syariah. Hal ini menandakan bahwa *Tiens* tidak hanya halal dari segi produk, namun juga dari segi bisnis yang diterapkan. Penyerahan sertifikasi syariah *Tiens* diberikan langsung kepada *President of Tiens Group Mr. Li Jinyuan* pada tanggal 14 Januari 2013 dalam acara konferensi pers di auditorium Majelis Ulama Indonesia (MUI).⁹

⁸ Anonim, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm. 5-6.

⁹ Anonim, *Distributor Handbook TIENS*, hlm. 14.

Perhatian utama dari bisnis ini adalah menentukan cara terbaik untuk menjual produk dari suatu perusahaan melalui inovasi di bidang pemasaran dan distribusi. Artinya, MLM hanya berkaitan dengan cara menjual suatu produk dengan lebih efisien dan efektif kepada pasar, dan tidak berhubungan dengan penciptaan kekayaan.¹⁰

Untuk lebih jelasnya penulis akan meneliti uraian-uraian yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Dan lebih rincinya penulis akan meneliti dengan sudut pandang dari *al-Ẓarī'ah*. Tujuannya untuk memudahkan tercapainya kemaslahatan atau jauhnya kemungkinan terjadinya kerusakan atau terhindarnya diri dari kemungkinan perbuatan maksiat. Adapun objek *al-Ẓarī'ah* adalah perbuatan yang mengarah kepada perbuatan terlarang ada kalanya dapat berupa “Perbuatan itu pasti menyebabkan dikerjakannya perbuatan terlarang” atau ”Perbuatan itu mungkin menyebabkan dikerjakannya perbuatan terlarang”.¹¹

Dari sudut pandang *al-Ẓarī'ah* tersebut, sistem *multi level marketing* pada PT Tiens Indonesia akan mengandung unsur mudarat atau mengarah kepada perbuatan maksiat dan kerusakan. Maka bisnis tersebut tidak diperbolehkan, walaupun pada dasarnya bisnis itu halal. Bahwa sistem *multi level marketing* di PT Tiens ini berpedoman pada fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

¹⁰ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 21.

¹¹ Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih* (Jakarta: Amzah, 2005), hlm. 294-295.

Sistem *multi level marketing* pada PT Tiens Indonesia dapat menimbulkan dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positif dalam bisnis tersebut adalah dapat menjadi sumber pencaharian bagi para pelaku bisnis serta terpenuhinya kebutuhan para konsumen. Sedangkan dampak negatifnya yaitu semakin banyak merekrut orang baru untuk bergabung dengan bisnis tersebut maka semakin tinggi tingkatan level dan bonus yang didapat. Dari hasil perekrutan tersebut keuntungan hanya untuk dirinya sendiri tanpa memedulikan orang lain dengan tingkatan atau level yang ada di bawahnya.

Namun dalam melakukan bisnis *multi level marketing* tersebut tergantung pada pelaku bisnis itu sendiri. Dengan cara agar terhindar dari kemudatan bagi tingkatan-tingkatan yang ada di bawahnya. Di mana dalam melakukan perekrutan tersebut harus mendaftar dan membayar sesuai dengan paket-paket yang sudah ditentukan, tetapi di sisi lain orang yang merekrut justru mendapatkan bonus dan mendapatkan tingkatan yang lebih tinggi dari perusahaan. Hal tersebut dapat merugikan orang dengan tingkatan yang ada di bawahnya.

Selain kegiatan perekrutan member dalam bisnis MLM Tiens ini seperti yang sudah dijelaskan di atas, terdapat kegiatan-kegiatan lain yang pastinya dilakukan dalam menjalankan suatu bisnis MLM dan perlu dikaji kembali dengan sudut pandang *al-Zarī'ah*. Di antaranya yaitu produk, penjualan, jenjang karir, *money game* dan skema piramida.

Dari pernyataan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti sebagai skripsi yang berjudul **“SISTEM MULTI LEVEL MARKETING PADA PT TIENS PERSPEKTIF *AL-ẒARĪ’AH*”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, agar penelitian lebih terarah dan spesifik maka yang akan menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana sistem *Multi Level Marketing* pada PT Singa Langit Jaya atau PT Tiens ditinjau dari *al-Ẓarī’ah*, penulis merumuskan pokok masalah ini menjadi beberapa sub masalah, yaitu:

1. Bagaimana cara kerja *Multi Level Marketing* pada PT Tiens Indonesia tersebut?
2. Bagaimana sistem *Multi Level Marketing* pada PT Tiens Indonesia perspektif *al-Ẓarī’ah*?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada permasalahan di atas, maka tujuan penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui cara kerja *Multi Level Marketing* pada PT Singa Langit Jaya atau Tiens
2. Dapat mengetahui sistem *Multi Level Marketing* pada PT Singa Langit Jaya atau Tiens yang ditinjau dari *al-Ẓarī’ah*.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis khususnya, dan para pembaca pada umumnya dalam memahami sistem *Multi Level Marketing* pada PT Tiens Indonesia
2. Sebagai ilmu pengetahuan untuk menambah referensi terkait dengan bisnis *Multi Level Marketing* yang halal dan berbasis syariah
3. Menjadi masukan dan saran untuk pembaca dalam penelitian selanjutnya sehingga dapat menjadi perbandingan dengan yang lain.

E. Kajian Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, penulis menelaah kembali literatur-literatur yang terkait dengan permasalahan *multi level marketing* dan *al-Ķari'ah*. Telaah yang sudah dilakukan penulis terhadap beberapa kepustakaan, yaitu berbentuk buku atau *e-book*, jurnal dan lain-lain. Diantaranya adalah sebagai berikut:

Andre Raditya dalam *e-booknya* yang berjudul “Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandang Islam”. Menjelaskan bahwa hukum MLM pada dasarnya adalah mubah, karena MLM merupakan sebuah media dan strategi pemasaran. Menghukumi status halal dan haram tanpa melihat aktivitas secara terpisah dan menyeluruh di dalamnya bukanlah perkara yang tepat. Terdapat perusahaan MLM yang berstatus halal karena menjalankan semua syarat dan hukum perdagangan Islam. Dan ada pula MLM yang berstatus

haram dikarenakan banyak kebathilan di dalamnya. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan agar dapat membedakan mana MLM yang halal dan mana yang MLM yang haram adalah perusahaannya, produknya, sistem pemasarannya (*marketing plan*), sumber bonus dan hadiah, dan akhlaq pelakunya.¹²

Moh. Bahrudin dalam jurnalnya yang berjudul “Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam”. Menjelaskan bahwa hukum Islam sangat memahami dan menyadari karakteristik muamalah bahwa perkembangan sistem serta budaya bisnis akan selalu berubah secara dinamis. Maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Berdasarkan ayat al-Qur’an dan Hadis, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis, yaitu terbebas dari unsur *ḍarrar*, *jahalah*, dan *zulm*. Oleh karena itu, sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang lebih tinggi jabatan/kelasnya. Sejatinya MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan ruh syariah dan sistemnya disesuaikan dengan syariah Islam.¹³

Putri Reztu Angreni dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. K-

¹² Andre Raditya, “Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam”, *E-book MLM dalam Islam*, diakses pada bit.ly/MLMdalamISLAM, hlm. 20-32.

¹³ Moh Bahrudin, “Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam”, Vol. 3, No. 1, Januari 2011, diakses pada media.neliti.com, hlm. 72-73.

Link Indonesia Cabang Makassar”. Menjelaskan bahwa PT. K-Link Indonesia cabang Makassar menjual produk yang jelas, baik harga maupun ukuran/takarannya. Apabila ditemukan produk-produk yang rusak, tidak sesuai dalam hal ukuran, jumlah serta kualitas barang yang telah dibeli, distributor dapat mengembalikan dan/atau menukarnya dengan barang yang sejenis dalam waktu paling lambat 7 hari sejak tanggal pembelian. K-Link juga menganjurkan kepada distributor untuk tidak membeli produk dalam jumlah besar atau berlebihan serta tidak diperkenankan untuk menimbun barang untuk kepentingan pribadi maupun jaringannya. Sistem pembagian bonusnya jelas. Jadi, transaksi perdagangan pada K-Link tidak mengandung unsur *garar*, *maysir*, *riba*, *darrar*, *zulm* dan *maksiat*.¹⁴

Arfan dalam skripsinya yang berjudul “Hukum Bisnis *Playstation* di Gompong Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala (dalam Perspektif *al-Zari’ah*)”. Menjelaskan bahwa mayoritas konsumen *playstation* di tempat yang diteliti adalah siswa dan mahasiswa yang memiliki tanggung jawab terhadap dirinya sendiri untuk belajar dan menuntut ilmu. Namun ketika seorang siswa atau mahasiswa telah menghabiskan banyak waktu di tempat *playstation* maka sangat besar kemungkinan mereka akan meninggalkan tugas sebagai siswa dan mahasiswa yaitu belajar. Dilihat dari sisi kemaslahatan dan kemafsadatan yang ditimbulkan dari bisnis *playstation* ini, maka secara garis besar dapat disimpulkan bahwa sisi kemafsadatan yang ditimbulkan lebih besar. Oleh karenanya, berdasarkan perspektif *al-zari’ah*, penerapan bisnis *playstation*

¹⁴ Putri Reztu Angreni, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. K-Link Indonesia Cabang Makassar”, *Skripsi* tidak diterbitkan (Makassar: Univ Hasanuddin Makassar, 2016), hlm. 128.

tanpa upaya pencegahan segala hal yang dapat menimbulkan dampak negatif dari pihak pelaku bisnis maupun konsumen. Maka, bisnis tersebut merupakan bisnis yang diharamkan meskipun pada dasarnya hukum asal dari *playstation* adalah mubah.¹⁵

Untuk memudahkan dan memahami perbedaan dari karya terdahulu dengan karya yang penulis susun, maka dalam hal ini penulis membuat beberapa tabel sebagai berikut:

Nama Penulis	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
Sarah Mutiarani (IAIN Surakarta)	Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam	Sama-sama membahas mengenai <i>multi level marketing</i> . Sama-sama menggunakan penelitian <i>field research</i> .	Penelitian ini membahas mengenai bisnis <i>multi level marketing</i> pada oriflame yang ditinjau dari segi hukum Islam. Penelitian ini merupakan
Muhamad Amin (IAIN Purwokerto)	Strategi Pemasaran MLM (<i>Multi Level Marketing</i>) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)	Sama-sama membahas mengenai <i>multi level marketing</i> . Sama-sama menggunakan penelitian <i>field research</i> .	Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran pada PT. Natural Nusantara yang menggunakan bisnis <i>multi level marketing</i> .
Yusuf Djamaluddin (UIN Syarif Hidayatullah)	Penerapan <i>al- Zari'ah</i> dalam Fatwa MUI Nomor 4/MUNAS VII/MUI/8/2005	Sama-sama membahas mengenai <i>al- zari'ah</i> .	Penelitian ini membahas mengenai penerapan <i>al- zari'ah</i> dalam perkawinan beda

¹⁵ Arfan, "Hukum Bisnis *Playstation* di Gompong Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala (dalam Perspektif *Sadd al-Zari'ah*)", Skripsi tidak diterbitkan (Aceh: UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2017), hlm. 57-58.

	tentang Perkawinan Beda Agama		agama fatwa MUI Nomor 4/MUNAS VII/MUI/8/2005. Penelitian ini merupakan penelitian <i>library research</i> .
--	-------------------------------	--	---

Dari beberapa karya tulis dan kajian di atas, penulis mengakui bahwa sudah banyak yang meneliti tentang sistem *multi level marketing* dan *al-ẓarī'ah*. Namun setelah penulis mengamati dan menelusurinya, sejauh penulis mengetahui kajian secara spesifik dan komprehensif tentang sistem *multi level marketing* menurut *al-ẓarī'ah* belum ada yang mengkajinya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji permasalahan tersebut dalam karya ilmiah yang berjudul “Sistem *Multi Level Marketing* pada PT Tiens Indonesia Prespektif *al-Ẓarī'ah*”.

F. Metode Penelitian

Metode merupakan cara kerja yang harus dilalui dalam rangka melakukan pendalaman pada objek yang dikaji.¹⁶ Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mengungkap fakta, fenomena, dan variabel. Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif, yang penulis jelaskan sebagai berikut:

¹⁶ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Tarsito, 2002), hlm. 141.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau responden.¹⁷ Penelitian lapangan ini sumbernya berada di lapangan seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti dalam melakukan observasi dengan mengunjungi *website* dari PT Tiens baik Tiens Internasional ataupun Tiens Indonesia.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa sumber data yang digunakan penulis, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Sumber Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian.¹⁸ Peneliti mengambil data dengan narasumber yang mudah dijangkau dan memiliki pengalaman. Wawancara menggunakan *google form* sebagai pelengkap data yang digunakan oleh penulis.

b. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada.¹⁹ Sumber data sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini berupa buku, *e-book*, majalah, *website* dari Tiens grup ataupun *website* PT Singa Langit Jaya dan dokumen

¹⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 5.

¹⁸ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, hlm. 19.

¹⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, hlm. 19.

yang terkait dengan *al-Ẓarī'ah* dan pengertian *multi level marketing* secara umum.

3. Metode Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang tidak menggunakan model matematika, statistik, dan ekonometrik.²⁰ Peneliti melakukan dengan beberapa kegiatan diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Wawancara atau *Interview*

Wawancara merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu.²¹ Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi bagaimana sistem kerja *multi level marketing* pada PT Tiens Indonesia.

Wawancara ini dilakukan terhadap tiga orang yang secara langsung menjadi pelaku dalam bisnis Tiens yaitu, Fajar Istiqomah, Vivi Sisdianti dan Yuni Sarah Nurhikmah. Pelaku bisnis Tiens ini berperan sebagai penjual produk, pembeli produk dan *member* atau distributor yang masih aktif dalam penjualan. Data ini akan dilihat menggunakan *al-Ẓarī'ah* untuk mengetahui kesesuaiannya.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu sebagai pelengkap dari penggunaan teknik wawancara atau *interview*. Penulis mempelajari dan mencatat buku, arsip atau dokumen tentang *al-Ẓarī'ah*

²⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, hlm. 30.

²¹ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hlm.

yang nantinya akan dipadukan dengan sistem kerja *multi level marketing* pada PT Tiens Indonesia.

4. Metode Analisis Data

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode induktif. Metode induktif yaitu metode analitik yang berangkat dari realitas empirik yang bersifat khusus untuk dilakukan generalisasi sehingga dihasilkan konsep-konsep pengetahuan yang bersifat umum.²² Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan bagaimana sistem *multi level marketing* pada PT Tiens Indonesia prespektif *al-Zarī'ah*.

5. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti ialah pendekatan normatif-sosiologis, yaitu terbentuknya hukum sesuai dengan cara-cara yang ditentukan dan berdasarkan masyarakat yang menggunakan kaidah hukum (normatif).²³

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terbagi dalam empat bab antara bab satu dengan bab lain merupakan satu kesatuan yang utuh dan saling berkaitan. Masing-masing bab terbagi dalam sub bab untuk mempermudah pemahaman, maka susunannya dijelaskan sebagai berikut:

²² Agus Sunaryo, et.al, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*, hlm. 10.

²³ Zulfi Diane Zaini, "Implementasi Pendekatan Yuridis Normatif dan Pendekatan Normatif Sosiologis dalam Penelitian Ilmu Hukum", *Jurnal Pranata Hukum*, Vol. 6, no 2, *medianaeliti.com*, hlm. 127.

Bab I mencakup pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II berisi landasan teori yang mencakup pandangan umum tentang jual beli dengan sistem *multi level marketing*, pandangan umum tentang *multi level marketing* dan pandangan umum *al-Ẓarī'ah*. Dimana pandangan umum tentang jual beli dengan sistem *multi level marketing* menjelaskan pengertian jual beli dalam Islam, transaksi dalam Islam, Hukum dasar Jual Beli dengan Sistem *Multi Level Marketing*. Sedangkan pandangan umum tentang *multi level marketing* menjelaskan pengertian mlm, sejarah mlm, tujuan mlm, mekanisme mlm, perbedaan mlm syariah dengan konvensional. Pandangan umum tentang *al-Ẓarī'ah* menjelaskan pengertian, kedudukan, prinsip, pengelompokan, dan pandangan ulama tentang *al-Ẓarī'ah*.

Bab III berisi profil perusahaan dan cara kerja sistem MLM pada PT Tiens Indonesia yang mencakup profil perusahaan Tiens grup, profil perusahaan Tiens Indonesia (PT Singa Langit Jaya) dan cara kerja sistem MLM pada PT Tiens Indonesia. Dimana profil Tiens grup menjelaskan sejarah berdirinya Tiens dan Visi Misi Tiens. Sedangkan cara kerja sistem MLM pada PT Tiens Indonesia menjelaskan produk, perekrutan member, penjualan produk, jenjang karir, *money game* dan skema piramida.

Bab IV berisi sistem MLM pada PT Tiens Indonesia perspektif *al-Ẓarī'ah* yang terdiri tinjauan *al-Ẓarī'ah* pada produk, perekrutan member, penjualan produk, dan jenjang karir pada PT Tiens Indonesia (PT Singa Langit Jaya)

Bab V mencakup penutup yang berisi kesimpulan, saran, dan penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan yang berjudul Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT Tiens Indonesia Menurut Prespektif *al-Zari'ah*. Maka peneliti menyimpulkan menjadi beberapa poin sebagai berikut:

1. Sistem kerja pada PT Tiens Indonesia secara umum yaitu menjual, mengajak, mengajarkan, membangun komunikasi, membina, dan memotivasi. Secara rincinya adalah: *Pertama*, *Upline* atau distributor atau *member* yang sudah gabung terlebih dahulu berusaha menjaring para konsumennya untuk menjadi *member* dengan cara mengharuskan calon distributor tersebut mengisi formulir dan membeli paket produk Tiens dengan harga yang ditentukan; *Kedua*, sesudah membeli produk Tiens calon member diberi buku-buku tentang PT Tiens, kartu *member*, daftar harga, dan formulir akad kerjasama. Kemudian sudah dapat dikatakan sebagai distributor atau *member*; *Ketiga*, ketika sudah menjadi distributor maka tugas berikutnya adalah mencari *member* baru dengan cara seperti sebelumnya, yaitu membeli produk Tiens dan mengisi formulir keanggotaan; *Keempat*, para distributor baru juga bertugas untuk mencari distributor baru lainnya dengan cara seperti yang di atas; *Kelima*, apabila distributor dapat menjaring *member* baru banyak, maka akan

mendapatkan bonus. Semakin banyak *member* yang dapat dijaring, semakin banyak pula bonus yang didapat; *Keenam*, apabila distributor dapat menjaring dan menjual produk dengan target yang ditentukan oleh PT Tiens, maka level akan naik atau bertambah tingkatannya.

2. Dari beberapa kegiatan sistem *Multi Level Marketing* pada PT Tiens yaitu produk, perekrutan *member*, penjualan, dan jenjang karir sudah sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 75 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Maka hukumnya adalah halal ditinjau dengan *al-ẓarī'ah* dan termasuk dalam *fath al-ẓarī'ah*, karena sistem MLM pada PT Tiens Indonesia ini dapat membuka jalan kepada kebaikan.

B. Saran

1. Untuk pelaku bisnis dalam memilih bisnis MLM harus berhati-hati supaya tidak menjadi korban praktik *money game* dan terhindar dari praktik MLM yang tidak sehat.
2. Untuk para konsumen apabila akan membeli produk dari perusahaan MLM lebih baik disesuaikan dengan situasi dan kondisi keuangannya.
3. Para distributor/*upline* apabila akan melakukan promosi atau perekrutan *member* baru tidak ada unsur paksaan.
4. Saling menghargai antara pelaku bisnis satu dengan lainnya.
5. Dalam melakukan kegiatan jual beli harus dengan perlakuan sesuai dengan syariat Islam dan peraturan perundang-undang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Kitab/E-book

- Agus Sunaryo. et.al. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah. 2019.
- Al-Bukhari. *Ar-Riḳāq* bab *Rafʿul Amānah*. XI: 333.
- Amir Syarifuddin. *Ushul Fiqh Jilid II*. Ciputat: PT Logos Wacana Ilmu. 1999.
- Andre Raditya. “Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam”. *E-book MLM dalam Islam*. bit.ly/MLMdalamISLAM.
- Asmawi. *Perbandingan Ushul Fiqh*. Jakarta: Amzah. 2011.
- Benny Santoso. *All About MLM*. Yogyakarta: Andi Offset. 2003.
- Burhan Ashshofa. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2004.
- Erwandi Tarmizi. “Multi Level Marketing Bolehkah?”. *E-book*. www.ibnumajjah.com.
- Farid akbar. “Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus”. *Majalah Tiens Syariah*. Edisi 12. 2018.
- Gemala Dewi. et.al. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Ibnu Hajar Al-Asqalani. *Bulugh al-Maram min Adillat al-Ahkam no 784*.
- Ika Yunia Fauzia. *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*. Depok: Rajawali Pers. 2019.

- Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004)
- Kamal Muchtar. *Ushul Fiqh Jilid I*. Yogyakarta: CV Jasa Usaha Mulia. 1995.
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah (dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya)*. Depok: Qultum Media. 2005.
- M Arifin Hamid. *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2007.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Mohammad Mufid. *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer dari Teori ke Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2016.
- Muhammad Djakfar. *Hukum Bisnis*. Malang: UIN Malang Press. 2009.
- Muhammad. *Aspek Hukum dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007.
- One Vision One Heart One Future. *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*.
- R Subekti dan Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: PT Dian Rakyat. 2009.
- Satria Effendi. *Ushul Fiqh*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Suwarjin. *Ushul Fiqh*. Depok: Teras. 2012.
- Syekh Abu Yahya Zakaria al Anshory. *Fathul Wahab bi Syarhi Manhaji al Thullab*. Kediri: Pesantren Fathul Ulum. t.t.
- Tiens Indonesia. *Profil Pengusaha Tiens Group Tiens Syariah*.
- Tiens Syariah. *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*.

Tiens Syariah. *Katalog Produk Tiens Syariah Better Tiens Better Life*.

Tim Penerjemah al-Qur'an Kemenag RI. *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Sygma Creative Media Group. 2014.

Tim Penyusun Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa dan Kemendikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Aplikasi KBBI V 0.2.1*. Jakarta: t.t. 2016.

Tim Penyusun KHES. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Depok: Kencana. 2009.

Totok Jumentoro dan Samsul Munir Amin. *Kamus Ilmu Ushul Fikih*. Jakarta: Amzah. 2005.

Wahbah al-Zuhaili. *Uṣūl al-Fiqh al-Islāmī*. Damaskus: Dār al-Fikr. 1986.

Winarno Surakhmad. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito. 2002.

Jurnal/Tesis/Skripsi/Artikel

Agus Marimin dkk. Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 02. No. 02. Juli 2016. www.researchgate.net.

Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah. Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal UM Surakarta*. Vol. 1 No. 1. Februari 2016. www.semanticscholar.org.

Apipudin, "Konsep Jual Beli dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu al-Rahman al-Jaziri dalam Kitab al-Fiqh 'Ala al-Madahib al-Arba'ah)", *Jurnal Islaminomic*, Vol. 5 No. 2, Agustus 2016, diakses pada www.media.neliti.com.

Arfan. "Hukum Bisnis *Playstation* di Gompong Rukoh, Kecamatan Syiah Kuala (dalam Perspektif *Saddu az-Zariah*)". *Skripsi*. Aceh: UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh. 2017.

Moh Bahruddin. Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam. Vol. 3 No. 1. Januari 2011. *media.neliti.com*.

Muhamad Amin. “Strategi Pemasaran MLM (Multi Level Marketing) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)”. *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2016.

Nadrattuzaman Hosen, “Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi”, Vol. 1, No. 1, Januari 2009, diakses pada *journal.uinjkt.ac.id*

Putri Reztu Angreni. “Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. K-Link Indonesia Cabang Makassar”. *Skripsi*. Makassar: Univ Hasanuddin Makassar. 2016.

Wening Purbatin Palupi. “Manifestasi MLM dalam Prespektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia”. *at-Tahdzib Jurnal Studi Islam dan Muamalah*. Vol 4 No 1 Tahun 2016. diakses pada *ejournal.kopertais4.or.id*.

Nurdhin Baroroh. “Metamorfosis “Illat Hukum” dalam *al-Žari’ah* (Sebuah Kajian Perbandingan)”. *al-Mazāhib*. Vol 5 No 2 Desember 2017. diakses pada <https://core.ac.uk>.

Fatwa/Undang-Undang

Anonim. “Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019”. *m.hukumonline.com*. diakses pada tanggal 05 Juni 2020 pukul 17.00 WIB.

Anonim. “Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen”. *peraturan.bpk.go.id*. diakses pada tanggal 03 Juni 2020 Pukul 10.00 WIB.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. “Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”. *dsnmui.or.id*. diakses pada tanggal 01 Juni 2020.

Web Site/Internet

Alif Ilham Akbar. "Tempat Paling Mewah di Surga". *www.kompasiana.com*. diakses pada tanggal 01 Juni 2020 pukul 20.10 WIB.

Anonim. "Tiens Mobile Information System". *www.m.tiens.co.id*. diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 08.55 WIB.

Fitriya. "Mau Jadi Reseller atau Drop Shipper?". *www.cermati.com*. diakses pada tanggal 29 Mei 2020 pukul 11.45 WIB.

M Saifudin Hakim. "Sumpah Dusta untuk Melariskan Barang". *muslim.or.id*. diakses pada tanggal 01 Juni 2020 pukul 20.00 WIB.

Tiens Indonesia. "Membangun Aset melalui 8 Tahap". *singalangitjaya.weebly.com*. diakses 14 Februari 2020 pukul 15.15 WIB.

Tiens. "About Tiens". *www.tiens.com*. diakses 07 Februari 2020 pukul 16.35 WIB.

Tiens. "Home Member Area Contact PT Singa Langit Jaya". *singalangitjaya.weebly.com*. diakses 10 Februari 2020 pukul 09.45 WIB.

Tiens. "Our Mission and Vision". *www.tiens.com*. diakses 07 Februari 2020 pukul 16.10 WIB.

Wawancara

Fajar Istiqomah. "Distributor Silver bintang 5". *Wawancara*. Tanggal 24 Februari 2020.

Vivi Sisdianti. "Distributor Silver bintang 5". *Wawancara*. Tanggal 26 Februari 2020.

Yuni Sarah Nurhikmah. "Distributor". *Wawancara*. Tanggal 24 Februari 2020.