

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Indry Setyo Winarti  
NIM : 1617301017  
Jenjang : S-1  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah IAIN Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul "*SISTEM MULTI LEVEL MARKETING (MLM) PADA PT TIENS INDONESIA PERSPEKTIF AL-ZARI'AH*" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 03 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



Indry Setyo Winarti

NIM. 1617301017



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
FAKULTAS SYARIAH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

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

Yang disusun oleh Indry Setyo Winarti (NIM. 1617301017) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 17 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I

**Bani Sarif Maqta, M.Ag., LL.M.**

NIP. 19750620 200112 1 003

Sekretaris Sidang/ Penguji II

**Hasanudin, B.Sc., M.Sv.**

NIP. 19850115 201903 1 008

Pembimbing/ Penguji III

**Agus Sunaryo, M.S.I.**

NIP. 19790428 200901 1 006

Purwokerto, 19 Agustus 2020

Dekan Fakultas Syari'ah



19/08-2020

**Dr. Supani, S.Ag., M.A.**

NIP. 19700705 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 03 Juli 2020

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr. Indry Setyo Winarti  
Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah IAIN Purwokerto  
di Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

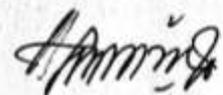
Nama : Indry Setyo Winarti  
NIM : 1617301017  
Jurusan : Muamalah  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul : *SISTEM MULTI LEVEL MARKETING (MLM) PADA PT  
TIENS INDONESIA PERSPEKTIF AL-ZARĪ'AH*

sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing,



Agus Sunaryo, M.S.I.

NIP. 19790428 200901 1 006

## **PERSEMBAHAN**

Penulis persembahkan skripsi ini kepada mereka yang selalu setia, mendukung dan mendoakan setiap waktu khususnya orang tuaku Bapak Solihin dan Ibu Karsinah serta adiku Abdul Aziz Dwi Prasetio. Dan akan aku persembahkan kepada Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, serta Bapak Agus Sunaryo, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan sampai skripsi ini selesai.



**“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*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543/3b/U/1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ṡa	ṡ	es (titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	ḏal	ḏ	ze (titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye

ص	ṣad	ṣ	es (titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	Apstroft
ي	ya'	y'	ye

### Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

سَدُّ	ditulis	<i>Saddu</i>
مُقَدِّمَةٌ	ditulis	<i>Muqaddimah</i>

### Ta' Marbūṭah di akhir kata bila dimatikan ditulis *h*

شَرِيعَةٌ	ditulis	<i>Syari'ah</i>
وَصِيْلَةٌ	ditulis	<i>Waṣīlah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal lainnya).

- a. Bila diikuti dengan kata sanding “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

فَتْحُ الدَّرِيْعَةِ	ditulis	<i>Faṭḥu al-Ḍari'ah</i>
----------------------	---------	-------------------------

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau mati dengan harakat *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*.

مُقَدِّمَةُ الدَّرِيْعَةِ	ditulis	<i>Muqaddimah al-Ḍari'ah</i>
---------------------------	---------	------------------------------

### Vokal Pendek

◌َ	<i>Faṭḥah</i>	ditulis	A
◌ِ	<i>kasrah</i>	ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	ditulis	U

### Vokal Panjang

1.	<i>Fathah</i> + alif	ditulis	ā
	بائع	ditulis	<i>Bā'i</i>
2.	<i>Fathah</i> + ya' mati	ditulis	ā
	ملقى	ditulis	<i>Malaqā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	ditulis	ī
	وصيلة	ditulis	<i>Waṣīlah</i>
4.	<i>ḍammah</i> + waw mati	ditulis	ū
	لزوم	ditulis	<i>Luzūm</i>

### Vokal Rangkap

1.	<i>Fathah</i> + ya' mati	ditulis	Ai
	بيع	ditulis	<i>Bay'i</i>
2.	<i>Fathah</i> + waw mati	ditulis	Aw
	موقف	ditulis	<i>Mawquf</i>

### Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

البيع	ditulis	<i>al-Bay'i</i>
المبادلة	ditulis	<i>al-Mubādalah</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

التجارة	ditulis	<i>at-Tijārah</i>
---------	---------	-------------------

التَّمويل	ditulis	<i>at-Tamwīl</i>
-----------	---------	------------------

**Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

بَيْتُ الْمَالِ وَالتَّمويل	ditulis	<i>Baitulmāl wat tamwīl</i>
صِيعة العَقْد	ditulis	<i>Ṣīgat al-‘aqd</i>



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya kepada kita sehingga kita dapat menyelesaikan tugas sebagai makhluk ciptaan Allah untuk selalu berpikir dan bersyukur. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman terang benderang ini, kepada para sahabat, tabi'in dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti ajaran baginda Rasul. Semoga kelak kita di akhirat mendapatkan syafaatnya.

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, saya dapat menulis skripsi ini sampai selesai dengan judul “Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT Tiens Indonesia Menurut Perspektif *al-Zarī'ah*”. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Purwokerto. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih atas motivasi dan partisipasinya kepada:

1. Dr. Supani, S. Ag., M.A., Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Dr. H. Achmad Siddiq, M. H. I., M.H., Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. Hj. Nita Triana, S.H., M.Si., Wakil Dekan II Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Bani Syarif Maula, M. Ag., L.L.M., Wakil Dekan III Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Agus Sunaryo, M.S.I., Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan memotivasi sampai selesai
6. Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang telah berpartisipasi dan membantu kelancaran penyelesaian skripsi

7. Segenap Staf Karyawan Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
8. Dr. KH. Moh. Roqib, M. Ag., Pengasuh Pesantren Mahasiswa An Najah Purwokerto yang telah memotivasi dan mendoakan
9. Kedua orang tua Bapak Solihin dan Ibu Karsinah serta Adiku Abdul Aziz Dwi Prasetyo yang selalu memotivasi, mendoakan, dan memberikan dukungan baik secara mental dan finansial
10. M. Hananika Anugerah Yusuf, S. Pd., teman dan sahabat santri Pesantren Mahasiswa An Najah Purwokerto, sahabat KILL, kawan-kawan kelas Hukum Ekonomi Syariah A angkatan 2016, teman kelompok PPL PN Kebumen, teman kelompok KKN 45 Desa Pangempon, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

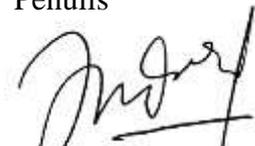
Penulis tidak dapat memberikan apa-apa untuk membalasnya malainkan hanya doa, semoga amal baik yang diberikan dicatat sebagai amal ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak baik penulis sendiri dan pembaca. Untuk itu kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti kekurangan dari skripsi ini.

**IAIN PURWOKERTO**

Purwokerto, 03 Juli 2020

Penulis



**Indry Setyo Winarti**

**NIM. 1617301017**

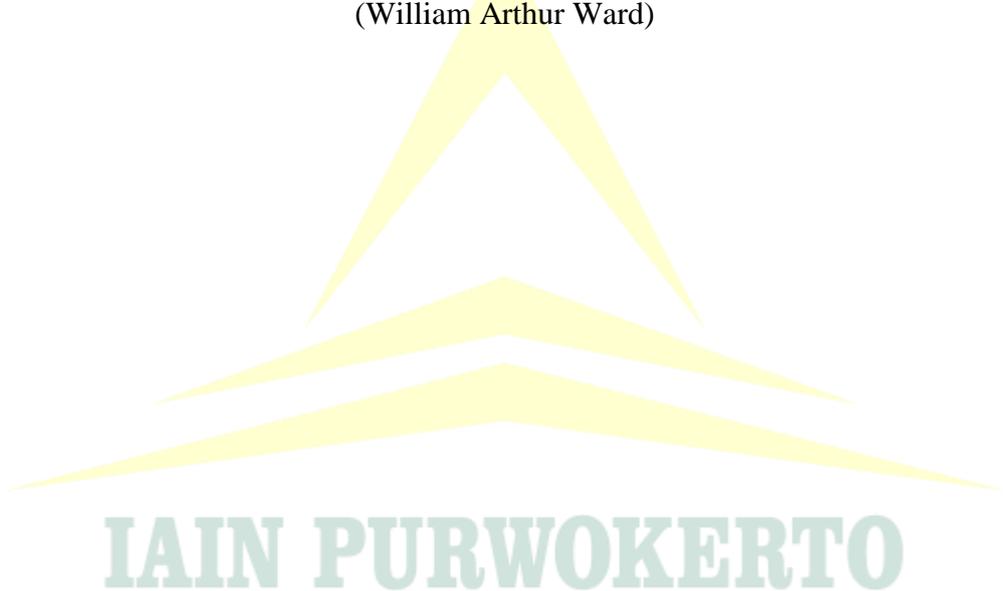
## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain”  
(HR. Ahmad)

“Mengalir tak seharusnya mengikuti arus, namun harus direncanakan”  
(Dr. H. Ridwan, M.Ag.)

“Belajar saat orang lain tidur, Bekerja saat orang lain malas-malasan, dan  
Bersikap saat orang lain sedang asik bermain”  
(William Arthur Ward)



IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
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.	Pengelompokkan <i>al-Ẓarī'ah</i> .....	45
5.	Pandangan Ulama tentang <i>Sadd al-Ẓarī'ah</i> .....	46
<b>BAB III</b>	<b>: PROFIL PERUSAHAAN DAN CARA KERJA MULTI LEVEL MARKETING PADA TIENS INDONESIA</b>	
A.	Profil Perusahaan Tiens <i>Group</i> .....	47
1.	Sejarah Berdirinya Tiens .....	47
2.	Visi Misi .....	49
B.	Profil Tiens Cabang Indonesia .....	50
C.	Cara kerja <i>Multi Level Marketing</i> pada PT Tiens Indonesia .....	53
1.	Produk Tiens .....	53
2.	Perekrutan Member .....	55
3.	Penjualan Produk .....	58
4.	Jenjang Karir .....	62
5.	<i>Money Game</i> dan Skema Piramida .....	64
<b>BAB IV</b>	<b>: SISTEM <i>MULTI LEVEL MARKETING</i> PADA PT TIENS INDONESIA PERSPEKTIF <i>AL-ẒARĪ'AH</i></b>	
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**

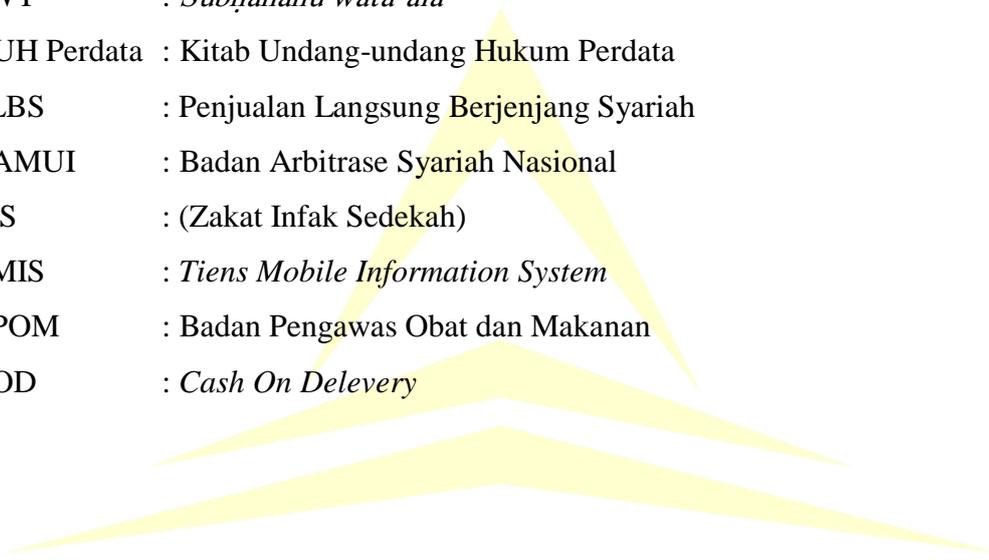
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR SINGKATAN

MLM	: <i>Multi Level Marketing</i>
DSN-MUI	: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia
PT	: Perseroan Terbatas
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
UIN	: Universitas Islam Negeri
SAW	: <i>Ṣallāhu ‘alaihiwasallam</i>
SWT	: <i>Subhānahu wata’ālā</i>
KUH Perdata	: Kitab Undang-undang Hukum Perdata
PLBS	: Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
BAMUI	: Badan Arbitrase Syariah Nasional
ZIS	: (Zakat Infak Sedekah)
TMIS	: <i>Tiens Mobile Information System</i>
BPOM	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
COD	: <i>Cash On Delevary</i>



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara

Lampiran 2. Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009

Lampiran 3. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Lampiran 4. Peraturan Pemerintah No 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan  
melalui Sistem Elektronik

Lampiran 5. Dokumentasi Kartu *Member*



# 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.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup>

*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.<sup>3</sup>

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.<sup>4</sup>

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

---

<sup>2</sup> 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](http://www.researchgate.net), hlm. 106.

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

<sup>4</sup> 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](http://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.<sup>5</sup> 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.<sup>6</sup>

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

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,

---

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

<sup>6</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm 86.

<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup>

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).<sup>9</sup>

---

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

<sup>9</sup> 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.<sup>10</sup>

Untuk lebih jelasnya penulis akan meneliti uraian-uraian yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Dan lebih rincinya penulis akan meneliti dengan sudut pandang dari *al-Zāri'ah*. Tujuannya untuk memudahkan tercapainya kemaslahatan atau jauhnya kemungkinan terjadinya kerusakan atau terhindarnya diri dari kemungkinan perbuatan maksiat. Adapun objek *al-Zāri'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”.<sup>11</sup>

Dari sudut pandang *al-Zāri'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).

---

<sup>10</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 21.

<sup>11</sup> 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.<sup>12</sup>

Moh. Bahruddin 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. Sejatinyalah MLM yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan ruh syariah dan sistemnya disesuaikan dengan syariah Islam.<sup>13</sup>

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

---

<sup>12</sup> Andre Raditya, “Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam”, *E-book MLM dalam Islam*, diakses pada [bit.ly/MLMdalamISLAM](http://bit.ly/MLMdalamISLAM), hlm. 20-32.

<sup>13</sup> Moh Bahruddin, “Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam”, Vol. 3, No. 1, Januari 2011, diakses pada [media.neliti.com](http://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*.<sup>14</sup>

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*

---

<sup>14</sup> 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.<sup>15</sup>

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

<sup>15</sup> 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.<sup>16</sup> 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:

<sup>16</sup> 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.<sup>17</sup> 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.<sup>18</sup> 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.<sup>19</sup> 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

---

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

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, hlm. 19.

<sup>19</sup> 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.<sup>20</sup> 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.<sup>21</sup> 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*

<sup>20</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, hlm. 30.

<sup>21</sup> 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.<sup>22</sup> 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).<sup>23</sup>

### 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:

---

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

<sup>23</sup> 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 II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pandangan Umum Jual Beli dengan Sistem *Multi Level Marketing*

##### 1. Jual Beli dalam Islam

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan al-Qur'an, sunnah dan ijma' para ulama. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara'.<sup>24</sup> Secara terminologi jual beli atau "*Ba'i*" yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah unsur jual beli ada tiga, yaitu pihak-pihak, objek, dan kesepakatan. Sedangkan ada dua bentuk akad, yaitu akad dengan kata-kata dan akad dengan perbuatan.<sup>25</sup>

Jual beli juga dapat dikatakan dengan bisnis ataupun perdagangan. Bisnis dan perdagangan merupakan proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi secara bebas menentukan untung rugi pertukaran tersebut. Bisnis dan perdagangan terjadi apabila ada salah satu pihak yang memperoleh keuntungan atau manfaat dan tidak ada pihak lain yang merasa dirugikan dalam kegiatan tersebut.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2019), hlm. 176-177.

<sup>25</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 101-103.

<sup>26</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm. 87.

Selain itu dalam melakukan jual beli juga terdapat masalah risiko yang penyelesaiannya bisa menganalogikan atau menggunakan aturan yang dipakai dalam akad. Dalam arti menandatangani kesepakatan awal hendaknya perlu dicantumkan pula masalah risiko jika sekiranya nanti benar-benar terjadi.<sup>27</sup> Dalam hal ini Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah menyatakan bahwa “Kewajiban memikul kerugian yang tidak disebabkan kesalahan salah satu pihak dinyatakan sebagai risiko” (pasal 42).<sup>28</sup>

Beberapa kurun waktu terakhir ini jual beli dapat dilakukan secara *online*. Seiring dengan banyaknya pengguna internet, maka berwirausaha dengan mengandalkan jaringan internet merupakan peluang yang sangat besar sekali. Semua wirausahawan pemula ataupun yang telah lama mempunyai usaha, bisa meng-*online*-kan produk atau jasa mereka.<sup>29</sup>

Penjualan *online* sangat memanjakan konsumen, dikarenakan mereka bisa bertransaksi di mana pun, kapan pun dengan sangat cepat bisa membanding-bandingkan harga yang ada dengan cara berselancar di satu *e-commerce* ke *e-commerce* lainnya. Efek dari perkembangan usaha berbasis *online* ini, akan sangat mudah dijumpai penjual *online* ‘dadakan’, yang berusaha mengadu peruntungan walaupun hanya berjualan lewat gambar-gambar saja.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis* (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 189.

<sup>28</sup> Tim Penyusun KHES, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Depok: Kencana, 2009), hlm. 28.

<sup>29</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan* (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 245-246.

<sup>30</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan*, hlm. 246-247.

Sedangkan jual beli dalam Islam, setiap ulama memiliki metode tersendiri untuk menggali di dalamnya hukum jual beli. Seperti Imam Hanafi dan Imam Syafi'i metode yang digunakan satu sama lain sangat berbeda. Demikian juga dalam menentukan aturan jual beli dalam Islam pasti akan melahirkan perbedaan sekalipun ada kesamaan. Dalam perbedaan tersebut dalam Islam bukan untuk perpecahan, tetapi untuk saling melengkapi.<sup>31</sup>

Jual beli (perdagangan) dalam konsep Islam merupakan *wasīlah al-hayāh*, sarana manusia untuk memenuhi kebutuhan jasadiyah dan ruhiyah agar manusia dapat meningkatkan martabat dan citra dirinya dengan baik sesuai fitrahnya sebagai makhluk Allah yang memiliki potensi ketuhanan (*divine spirit*), sarana mendidik dan melatih jiwa manusia sebagai khalifah di muka bumi untuk memproduksi khalifah-khalifah yang tangguh dan memiliki kejujuran diri.<sup>32</sup>

Islam menempatkan kejujuran dalam aktivitas perdagangan dengan maksud agar pelaku ekonomi dapat menempatkan dua kebutuhannya secara proposional, yaitu kebutuhan material dan spiritual. Islam menganggap keduanya penting untuk mewujudkan tujuan-tujuan kemanusiaan secara luhur. Islam membolehkan pemenuhan kebutuhan pribadi melalui aktivitas perdagangan untuk mewujudkan efisiensi dan pembangunan yang lebih besar, akan tetapi membatasi dan

---

<sup>31</sup> Apipudin, "Konsep Jual Beli dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu al-Rahman al-Jaziri dalam *Kitābu al-Fiqh 'Alā al-Mazāhib al-Arba'ah*)", *Jurnal Islaminomic*, Vol. 5 No. 2, Agustus 2016, diakses pada [www.media.neliti.com](http://www.media.neliti.com), hlm. 78-79.

<sup>32</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, hlm. 94.

merestrukturisasi pencapaian tujuan pribadi dengan memasukkan perintah moral.<sup>33</sup>

Jual beli telah disahkan oleh al-Qura'an, Sunnah, dan Ijma'. Adapun firman Allah SWT Surat an-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ 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 di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>34</sup>

Dalam ayat tersebut dijelaskan secara umum bagaimana Islam telah mengatur proses perpindahan uang dari satu orang ke orang yang lain. Pada prinsipnya, terjadinya perpindahan uang atau kekayaan dari sesama manusia adalah boleh. Dengan catatan melalui perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara pelaku. Perdagangan dengan asas suka sama suka adalah salah satu jalan dibolehkannya perpindahan harta dari individu ke individu yang lain.<sup>35</sup>

## 2. Transaksi dalam Islam

Transaksi dalam perdagangan umumnya mengandung risiko untung dan rugi. Hal yang wajar bagi setiap orang berharap untuk selalu mendapatkan keuntungan, tapi belum tentu dalam setiap usahanya akan mendapatkan keuntungan. Menurut Imam Ghazali bahwa motivasi seorang pedagang adalah keuntungan, yaitu keuntungan dunia dan

<sup>33</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, hlm. 95.

<sup>34</sup> Tim Penerjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid* (Bandung: Sygma Creative Media Group, 2014), hlm. 84.

<sup>35</sup> Andre Raditya, "Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam", hlm. 3.

keuntungan akhirat. Risiko untung dan rugi merupakan kondisi yang tidak pasti dalam setiap usaha.<sup>36</sup>

Unsur-unsur dalam transaksi atau perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan sejak terjadinya kata sepakat mengenai barang dan harga. Begitu keduanya setuju, maka terjadilah perjanjian yang sah.<sup>37</sup> Seperti yang ditegaskan dalam pasal 1458 KUH Perdata yang berbunyi:

Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kesepakatan tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.<sup>38</sup>

Dalam menjalankan sebuah usaha terdapat larangan dalam bisnis guna untuk kemaslahatan bersama. Beberapa larangan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>39</sup>

a. Larangan untuk Maysir

Maysir transaksi spekulasi yang identik dengan judi.<sup>40</sup> Allah

SWT telah memberi penegasan terhadap keharaman melakukan aktivitas ekonomi yang mengandung unsur maysir.<sup>41</sup>

b. Larangan untuk *Garar*

---

<sup>36</sup> Nadrattuzaman Hosen, "Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi", Vol. 1, No. 1, Januari 2009, diakses pada *journal.uinjkt.ac.id*, hlm. 59.

<sup>37</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis*, hlm. 182-183.

<sup>38</sup> R Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: PT Dian Rakyat, 2009), hlm. 366.

<sup>39</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan*, hlm. 127.

<sup>40</sup> Tim Penyusun Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Aplikasi KBBI V 0.2.1* (Jakarta: t.t, 2016).

<sup>41</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 28.

*Garar* adalah ketidakjelasan dalam suatu transaksi, dari pihak penjual atau pembeli, objek serta serah terima. Menampilkan spesifikasi produk sesuai aslinya beserta manfaatnya adalah upaya agar tercapai sah nya syarat jual beli.<sup>42</sup>

c. Larangan untuk Riba

Islam mendorong praktik bagi hasil dan mengharamkan riba (bunga) keduanya sama-sama memberikan keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang nyata. Perbedaan tersebut sebagai berikut:<sup>43</sup>

Bunga	Bagi Hasil
a. Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi harus selalu untung.	a. Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil dibuat pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
b. Besarnya persentase berdasarkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan.	b. Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
c. Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah proyek yang dijalankan oleh pihak nasabah untung atau rugi.	c. Bagi hasil bergantung pada keuntungan proyek yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
d. Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun jumlah keuntungan berlipat atau keadaan ekonomi sedang "booming".	d. Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah pendapatan.
e. Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama, termasuk Islam.	e. Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

<sup>42</sup> Andre Raditya, "Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam", hlm. 11.

<sup>43</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 20-26.

Adapun beberapa dampak negatif yang ditimbulkan oleh riba ataupun bunga menurut Antonio adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

- 1) Dampak ekonomi, diantaranya adalah dampak inflatoir yang diakibatkan oleh bunga sebagai biaya uang. Hal tersebut disebabkan karena salah satu elemen dari penentuan harga adalah suku bunga. Semakin tinggi suku bunga, semakin tinggi juga harga yang akan ditetapkan pada suatu barang.
- 2) Dampak sosial kemasyarakatan, karena riba merupakan pendapatan yang didapat secara tidak riil. Para pengambil riba menggunakan uangnya untuk memerintahkan orang lain agar berusaha dan mengembalikan (dengan tambahan tertentu dari jumlah uang yang dipinjamkan).

d. Larangan untuk *Muḍṭar*

Jual beli *muḍṭar* dilarang dikarenakan membeli barang dari seseorang yang sedang dalam keadaan kekurangan dan kepepet.

Menurut syariah, apabila melihat orang lain yang kekurangan ia bisa *men-support* dan membantu. Sehingga tidak memanfaatkan kondisi susah dari seseorang tanpa memberikan bantuan apapun.<sup>45</sup>

e. Larangan untuk *Ikrah*

---

<sup>44</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan*, hlm. 133-134.

<sup>45</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan*, hlm. 135.

*Ikrah* yaitu paksaan dalam jual beli. Pemaksaan merupakan antitesa dari sebuah ayat dalam al-Qur'an bahwa seseorang tidak diperbolehkan oleh Allah, untuk memakan harta orang lain dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan atau perdagangan yang saling rela diantara pelaku-pelakunya.<sup>46</sup>

f. Larangan untuk *Ihtikar*

Apabila telah terjadi *ih̄tikar* (monopoli) maka pemerintah harus segera turun tangan dan memaksa para pedagang untuk segera menjual barang dagangan itu dengan harga standar yang berlaku di pasar.<sup>47</sup>

Islam secara jelas memberikan resep transaksi bisnis yang mampu menghindarkan orang lain dari kerugian. Norma-norma syariah dalam Islam ditempatkan sebagai kerangka dasar yang paling utama yang dapat dijadikan payung strategis bagi pelaku bisnis. Dengan sinaran nilai-nilai syariah, maka bisnis yang dilakukan seseorang diarahkan untuk mencapai empat hal; (1) profit: materi dan non materi; (2) pertumbuhan, artinya terus meningkat; (3) keberlangsungan dalam kurun waktu yang selama mungkin, dan (4) keberkahan dan keridhaan Allah.<sup>48</sup>

### 3. Hukum dasar Jual Beli dengan Sistem *Multi Level Marketing*

---

<sup>46</sup> Ika Yunia Fauzia, *Islamic Entrepreneurship Kewirausahaan*, hlm. 136.

<sup>47</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 13.

<sup>48</sup> Muhammad, *Aspek Hukum dalam Muamalat*, hlm. 87-88.

Hukum dalam Islam didasarkan pada kemaslahatan dunia dan kemaslahatan akhirat. Penetapan hukum muamalat dalam Islam tidak bersifat lahiriah atau duniawi saja. Meskipun hukum muamalat mengatur hubungan manusia dengan manusia lain, benda dalam masyarakat dan alam semesta, hukum ini juga bersifat spiritual atau akhirat. Sebagai contoh adalah jual beli. Jual beli adalah hal yang tidak dilarang dalam Islam. Secara lahiriah, jual beli merupakan pertukaran hak milik atas suatu benda dengan harga atas benda tersebut. Secara batiniah, jual beli dapat menjadi wajib hukumnya apabila dalam keadaan terpaksa. Jual beli dapat menjadi haram hukumnya apabila objeknya adalah barang najis, seperti minuman keras, bangkai, dan babi. Apabila jual beli itu dilakukan kepada orang yang membutuhkan barang itu, maka hukumnya adalah sunnah.<sup>49</sup>

Adapun firman Allah SWT Surat al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَتَّخِذُونَ الرِّبَا إِلَّا كَمَا يَتَّخِذُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَا لِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَئِكَ أَصْحَابُ  
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya dahulu menjadi miliknya dan urusannya

<sup>49</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 29.

(terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.<sup>50</sup>

Adapun dalil Sunah diantaranya adalah Hadis yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW beliau bersabda:<sup>51</sup> “Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha” Ketika ditanya usaha apa yang paling utama, beliau menjawab: “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang mabrur” (HR Bazzar no 3731).<sup>52</sup> Jual beli yang mabrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. Adapun makna khianat itu lebih umum dari itu, sebab selain menyamarkan bentuk barang yang dijual, sifat, atau hal-hal luar seperti dia menyifatkan dengan sifat yang tidak benar atau memberitahu harta yang dusta.<sup>53</sup>

Secara kodrati, manusia diberikan hak otonomi untuk bertindak dan menuai hasilnya, tetapi dalam bertindak harus senantiasa menghindari ke arah yang batil, artinya yang bertentangan dengan syariah Islam. Jika sebuah tindakan dalam kualifikasi batil, kemudian dilanjutkan dengan mengonsumsi hasilnya, hal tersebut merupakan tindakan batil yang berantai dan bertentangan nilai-nilai ajaran Islam di bidang ekonomi. Bahwa nilai yang paling penting bukanlah terletak pada hasil, namun terletak pada prosesnya. Oleh karena itu, dalam ekonomi

---

<sup>50</sup> Tim Penerjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, hlm. 48.

<sup>51</sup> Syekh Abu Yahya Zakaria al Anshory, *Fathul Wahab bi Syarhi Manhaji al Thullab* (Kediri: Pesantren Fathul Ulum, tt), I: 157.

<sup>52</sup> Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulugh al-Maram min Adillat al-Ahkam no 784*.

<sup>53</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, hlm. 103.

Islam pendekatan yang tepat digunakan bukan hanya pendekatan hasil, melainkan pendekatan proses.<sup>54</sup>

Pada tren beberapa waktu ini, jual beli atau perdagangan banyak yang menggunakan model *multi level marketing*. Di mana *Multi level marketing* yang lebih dikenal dengan MLM adalah sebuah sistem penjualan langsung, dimana barang di pasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen. Para konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapat imbalan bonus. Bonus tersebut diambil dari keuntungan setiap pembeli yang dikenalkan oleh pembeli pertama berdasarkan ketentuan yang diatur.<sup>55</sup>

Dalam literatur Hukum Islam, sistem MLM ini dapat dikategorikan pembahasan fiqih muamalah dalam kitab *al-Buyū'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis MLM ini antara lain adalah konsep jual beli, dan tolong menolong, dan kerja sama (*ta'awun*). Dan pada dasarnya, hukum dari MLM adalah mubah (boleh), asalkan tidak mengandung unsur-unsur riba, *garar* atau ketidakjelasan, *darar* atau merugikan/menzalimi pihak lain dan *jahālah* atau tidak transparan. Karena MLM merupakan perdagangan, oleh karena itu juga harus memenuhi syarat-syarat sahnya perikatan.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> M Arifin Hamid, *Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hlm. 44.

<sup>55</sup> Erwandi Tarmizi, "Multi Level Marketing Bolehkah?", *E-book*, diakses pada [www.ibnumajjah.com](http://www.ibnumajjah.com), hlm. 1.

<sup>56</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 195-196.

Pada prinsipnya, sesuatu usaha MLM halal atau haram tidak bisa dipukul rata. Tidak ditentukan oleh masuk tidaknya dalam keanggotaan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), juga tidak dapat dimonopoli oleh pengakuan sepihak sebagai perusahaan MLM Syariah atau konvensional. Melainkan tergantung sejauh mana usaha ini mempraktikkan bisnisnya di lapangan, lalu dikaji sesuai dengan syariah atau tidak terdapat beberapa poin panduan yang dapat kita gunakan untuk menilai apakah sebuah usaha MLM sesuai syariah atau tidak, halal atau tidak, yaitu *system* dan *Business Plan*, Produk, Perusahaan, *Management Keuangan*, *Support System*, Sistem Pengawasan, dan Bagian dari *agent of development*.<sup>57</sup>

Maka dari itu MLM yang dikatakan halal yaitu 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

---

<sup>57</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. vi-viii.

lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat diterima oleh masyarakat kebanyakan.<sup>58</sup>

## **B. Pandangan Umum tentang *Multi Level Marketing***

### 1. Pengertian *Multi Level Marketing*

*Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, sedangkan *marketing* artinya pemasaran. Jadi, *multi level marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut *multi level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.<sup>59</sup>

*Multi level marketing* dapat dikatakan konsep penyaluran barang (produk atau jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.<sup>60</sup>

MLM disebut juga sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Moh Bahruddin, "Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam", hlm. 73.

<sup>59</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 193.

<sup>60</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 17.

<sup>61</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 194.

MLM merupakan sebuah metode untuk memasarkan/menjual produk. Oleh karena itu seperti cara pemasaran yang lain, keberhasilan dari orang yang terlibat di dalam suatu MLM banyak tergantung dari kualitas produk yang akan dijual. Seorang penjual mungkin bisa menjual produk yang buruk kepada orang-orang, tetapi penjual tidak mungkin bisa mendapatkan seorang pelanggan dari menjual produk yang buruk.<sup>62</sup>

Kini perusahaan MLM sudah banyak tumbuh di dalam dan luar negeri. Bahkan, di Indonesia sudah ada yang secara terang-terangan menyatakan bahwa MLM tersebut sesuai dengan syariat, seperti Ahad-Net, MQ-Net, dan lain-lain. Produk dan usaha MLM yang menjalankan prinsip syariah, memperoleh sertifikat halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).<sup>63</sup>

## 2. Sejarah *Multi Level Marketing*

*Multi Level Marketing* (MLM) merupakan sebuah fenomena abad 21. Hampir setiap minggu, ada saja perusahaan MLM baru yang muncul di dunia. Artinya, ini sudah merupakan tren dan menjadi bagian dari kehidupan bermasyarakat. Meskipun pada jaman awal perkembangan Islam, MLM tentu belum ada. Tapi Nabi Muhammad SAW telah memberikan kita umat Islam pedoman yang sangat lengkap yaitu al-Qur'an dan Hadits, yang dari keduanya kita sebagai umat Islam mampu

---

<sup>62</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 34.

<sup>63</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 196.

membuat hukum turunan atas beberapa persoalan yang berkembang di era saat ini bahkan sampai dimasa depan nanti.<sup>64</sup>

Dalam berdirinya MLM tidak bisa dipisahkan dengan *Amway Corporation* dan produknya *Nutriline*. Konsep dari *Nutriline* dimulai pada awal tahun 1930 oleh Carl Rehnberg, seorang pengusaha Amerika yang pernah tinggal di Cina pada tahun 1917-1927. Berdasarkan publikasi *Amway*, pengalamannya ketika tinggal di Cina menyebabkan Rehnberg memperoleh kesempatan yang sangat besar untuk meneliti pengaruh dari diet yang tidak cukup. Kemudian dia menyimpulkan bahwa diet yang seimbang dibutuhkan untuk membuat seluruh tubuh bisa tetap berfungsi secara seimbang. Penemuan ini menyebabkan dia merasakan adanya kebutuhan untuk makanan suplemen bagi diet yang mampu menyediakan nutrisi yang diperlukan oleh tubuh tanpa mempedulikan kebiasaan makan seseorang.<sup>65</sup>

Selama 7 tahun Rehnberg melakukan eksperimen makanan suplemen. Bisnis makanan suplemen dari Carl Rehnberg ini diberi nama *California Vitamin Corporation* yang akhirnya berganti nama menjadi *Nutriline Products* pada tahun 1939. Anak dari Rehnberg, yaitu Lee S. Mytinger dan William S. Casselberry yang akhirnya menjadi Presiden dan *Chief Operating Officer* dari *Nutriline* menyatakan:

Setelah beberapa waktu, Ayah akan mengunjungi teman-temannya untuk melihat hasil yang didapatkan. Seringkali dia melihat produk yang dia berikan berada pada laci, tidak digunakan dan terlupakan.

---

<sup>64</sup> Andre Raditya, "Kupas Tuntas Hukum MLM dari Sudut Pandangan Islam", hlm. 1.

<sup>65</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 23.

Hal ini tidak mendatangkan kerugian apa-apa pada mereka karena mereka menganggap produk tersebut tidak memiliki arti apa-apa. Akhirnya, dia menemukan prinsip dasar, yaitu mengharuskan teman-temannya membayar untuk produk yang diberikan kepada mereka. Ketika dia menjual produk tersebut, teman-temannya memakan produk tersebut, benar-benar memakannya dan menyukainya. Bahkan, mereka juga menginginkan teman-teman mereka untuk mendapatkan produk tersebut. Ketika mereka meminta Ayah saya untuk menjual produk tersebut kepada teman-teman mereka, Ayah saya berkata, “Kamu yang menjualnya kepada teman-teman kamu dan saya akan memberikan komisi kepada kamu”.<sup>66</sup>

Perusahaan ini berkembang dengan pesat pada tahun 1945. Kemudian perusahaan memberikan brosur kepada calon pelanggan mereka dengan kutipan “*How to Get Well and Stay Well*” yang berisi penjelasan mengenai keampuhan produk *Nutriline*. Pada tahun 1951, Pengadilan mengeluarkan keputusan untuk melarang penjualan produk *Nutriline* dengan menggunakan kutipan dari “*How to Get Well and Stay Well*” dan lebih dari 50 bahan publikasi lain yang melebih-lebihkan peran dari makanan suplemen. Putusan Pengadilan juga terdiri dari daftar yang panjang mengenai pernyataan yang dilarang dan pernyataan yang diizinkan mengenai nutrisi dan produk *Nutriline*.<sup>67</sup>

### 3. Tujuan *Multi Level Marketing*

Dari sejarah munculnya MLM tersebut dapat diketahui bahwa tujuan utama munculnya MLM ini untuk menjual produk baru yang belum dikenal luas oleh umum. Hubungan dari teman yang satu ke teman yang lain digunakan untuk memperkenalkan produk baru tersebut.

---

<sup>66</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 24.

<sup>67</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 25.

Seseorang akan mengenalkan atau berusaha memberikan produk baru tersebut kepada teman yang dikenal setelah merasakan kegunaannya.<sup>68</sup>

Tujuan MLM sendiri sama dengan tujuan dari metode pemasaran yang lain, yakni untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu:<sup>69</sup>

a. Meningkatkan Pemasukan

Peningkatan pemasukan dari perusahaan bisa didapatkan dengan meningkatkan dua elemen, yaitu omzet penjualan dan laba untuk setiap produk. Biasanya, perusahaan lebih memusatkan pada peningkatan omzet penjualan daripada meningkatkan laba yang didapat dari setiap produk dengan menaikkan harga produk. Kompetitor biasanya akan memenangkan persaingan jika suatu perusahaan menaikkan harga produk mereka.

b. Mengurangi Pengeluaran

Pada perusahaan yang tidak menggunakan cara MLM, hal ini dikerjakan dengan biaya operasional yang sangat tinggi. Tetapi, MLM memungkinkan untuk melakukan hal ini dengan biaya yang lebih murah karena para distributor mereka akan menanggung biaya ini. Biasanya seorang tenaga penjualan dari suatu perusahaan memperoleh dua komponen gaji. Komponen pertama adalah gaji pokok yang jumlahnya tetap dan tidak ditentukan dari jumlah penjualan yang dilakukan. Komponen kedua adalah komisi dari

---

<sup>68</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 25.

<sup>69</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 35.

penjualan yang jumlahnya tergantung dari banyaknya barang yang dijual.<sup>70</sup>

Pada intinya, konsep bisnis MLM adalah berusaha memperpendek jalur distribusi yang ada pada sistem penjualan konvensional dengan cara memperpendek jarak antara produsen dan konsumen. Dengan memperpendek jarak ini memungkinkan biaya distribusi barang menjadi sangat minim atau bahkan bisa ditekan sampai ke titik paling rendah. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.<sup>71</sup>

#### 4. Mekanisme *Multi Level Marketing*

Mekanisme operasional pada MLM ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor. Kemudian, orang lain itu dapat pula mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat *single level*. Pada pendistribusian konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabung ke dalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga dengan “wiraniaga”. Pada sistem *single level*, para wiraniaga tersebut meskipun mengajak temannya, hanya sekadar pemberi referensi

---

<sup>70</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 36-37.

<sup>71</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 19-20.

yang secara organisasi tidak di bawah koordinasinya melainkan terlepas. Mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.<sup>72</sup>

Dalam MLM terdapat unsur jasa. Hal ini dapat kita lihat dengan adanya seorang distributor yang menjual barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari presentase harga barang. Selain itu, jika ia dapat menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia mendapatkan bonus yang ditetapkan perusahaan.<sup>73</sup>

Dengan adanya tujuan MLM tersebut, maka mekanisme MLM adalah sebagai berikut:<sup>74</sup>

- a. Keterlibatan Anda dengan perusahaan MLM dimulai dengan menjadi seorang pelanggan dari produk MLM tersebut. Hal ini bisa terjadi karena produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang lebih murah/bersaing dengan produk serupa yang ada di pasaran.
- b. Karena kualitas produk yang bagus, Anda menceritakannya kepada rekan-rekan Anda.
- c. Daripada mengirimkan orang-orang ini kepada distributor Anda, Anda menjadi distributor untuk mereka. Dan jika orang ini berjumlah 25 orang, setiap orangnya mempunyai 5 teman lainnya, maka Anda mempunyai 25 orang yang membeli produk-produk melalui Anda.

---

<sup>72</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 194-195.

<sup>73</sup> Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, hlm. 195.

<sup>74</sup> Benny Santoso, *All About MLM*, hlm. 44.

- d. Jika 25 orang ini mengetahui 5 orang lainnya, maka Anda akan mempunyai 125 orang. Jika 125 orang ini mengenal 5 orang maka Anda akan memiliki 625 orang pada level ke-4. Jika masing-masing orang membelanjakan \$30 per bulan, maka akan menghasilkan total penjualan sebesar \$300,00. Anda akan mendapatkan paling sedikit seperempat dari total penjualan tersebut.
- e. Komisi dan bonus akan berbeda untuk setiap perusahaan, tetapi paling banyak akan melalui 4 sampai 8 level dan mempunyai 2 atau 3 level di mana komisi yang sangat tinggi akan dibayarkan. Hal ini disebabkan untuk memberi motivasi kepada para distributor untuk membengun sampai level ini.
- f. Beberapa jaringan akan berhenti sampai pada level tertentu di mana orang-orang akan membeli produk, tetapi tidak dapat merekrut orang baru lagi.

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain, di antaranya ciri-ciri khusus tersebut adalah: terdapatnya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya.<sup>75</sup>

Dalam sistem ini, calon distributor semacam ‘membeli’ hak untuk merekrut anggota baru, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi

---

<sup>75</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm.17.

dari hasil penjualan anggota yang direkrut (*downline*) di dalam organisasi jaringannya.<sup>76</sup>

#### 5. Perbedaan *Multi Level Marketing* Syariah dengan Konvensional

Dalam konsep MLM syariah 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.<sup>77</sup> DSN MUI menetapkan sebagai berikut:<sup>78</sup>

- a. Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, thayyib dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan).
- b. Sistem akadnya harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fiqh muamalah).
- c. Operasional, kebijakan, *corporate culture*, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah.
- d. Strukturnya memiliki Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
- e. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah.
- f. Tidak ada *excessive mark up* harga barang (harga barang di mark up sampai dua kali lipat), sehingga konsumen dan anggota terkana

<sup>76</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 17.

<sup>77</sup> Moh Bahrudin, "Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam", hlm. 75.

<sup>78</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah", *dsnmu.or.id*, diakses pada tanggal 01 Juni 2020.

praktek terlarang dalam bentuk *ghabn fahisy* dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.

- g. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
- h. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
- i. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
- j. Tidak menitik beratkan barang-barang tersier ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
- k. MLM tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member.
- l. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan hura-hura dan pesta yang tidak syari'ah.

MLM syariah dalam menjalankan usahanya harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:<sup>79</sup>

- a. Sistem distribusi pendapatan, haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang.
- b. Apresiasi distributor, haruslah apresiasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
- c. Penetapan harga, walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjual

---

<sup>79</sup> Wening Purbatin Palupi, "Manifestasi MLM dalam Prespektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia", *at-Tahtzib Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, Vol 4 No 1 Tahun 2016, diakses pada *ejournal.kopertais4.or.id*, hlm. 13

barang, bukan berarti harga barang yang akan dipasarkan harus tinggi.

- d. Jenis produk, yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan/mengonsumsi produk yang dipasarkan.

Adapun perbedaan antara MLM syariah dengan MLM konvensional adalah sebagai berikut:<sup>80</sup>

No	Variabel	MLM Syariah	MLM Konvensional
1.	Akad dan aspek legalitas	Berdasarkan hukum positif, kode etik, dan prinsip-prinsip syariah.	MLM yang legal berdasarkan hukum positif dan kode etik.
2.	Lembaga penyelesaian	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI)	Peradilan Negeri
3.	Struktur Organisasi	Dewan Pengawas Syariah	
4.	Prinsip Operasional	Dakwah dan Bisnis	Bisnis Murni
5.	Keuntungan Usaha	Pemberdayaan lewat ZIS	
6.	Jenis Usaha dan Produk	Halalan Thoyiban	Sebagian sudah mendapat sertifikat halal MUI.

### C. Pandangan Umum Tentang *al-Ẓari'ah*

#### 1. Pengertian *al-Ẓari'ah*

*Sadd al-Ẓari'ah* terdiri dari dua kata, yaitu *Sadd* dan *al-Ẓari'ah*.

*Sadd* bermakna penghalang atau sumbatan. Sedangkan *al-Ẓari'ah* berarti jalan. Pengertian netral inilah yang diangkat Ibnu Qayyim ke dalam

<sup>80</sup> Wening Purbatin Palupi, "Manifestasi MLM dalam Prespektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia", hlm. 14.

rumusan: “Apa-apa yang menjadi perantara dan jalan kepada sesuatu”. Maksudnya menghambat atau menghalangi atau menyumbat semua jalan yang menuju kepada kerusakan atau maksiat.<sup>81</sup>

Menurut pengertian lain disebutkan bahwa *sadd* yang artinya menyumbat atau menutup dan *ẓari’ah* yang berarti sarana yang mengantarkan pada sesuatu. *sadd al-ẓarī’ah* artinya menutup sarana. Sedangkan menurut istilah, *sadd al-ẓari’ah* ialah menyumbat semua jalan yang menuju kepada kerusakan atau maksiat. Kebalikannya adalah *fath al-ẓarī’ah*, yaitu membuka jalan yang menuju pada kebaikan. Jalan keburukan itu harus ditutup sedangkan jalan kebaikan harus dibuka.<sup>82</sup>

Satu dari sekian tujuan pemberlakuan hukum Islam adalah untuk menghindari kerusakan atau mafsadat dan mewujudkan kemaslahatan, karena itulah terkait dengan sarana dan atau wasilah suatu perbuatan, jika suatu perbuatan diduga kuat akan menghasilkan suatu kebaikan dan mewujudkan kemaslahatan, maka hal apapun yang menjadi sarana dan atau wasilah dari perbuatan itu wajib untuk diadakan dan dimunculkan, dengan kata lain adanya adalah suatu kewajiban. Demikianlah konsep sederhana dari metode *Fath al-ẓari’ah*.<sup>83</sup>

*Fath al-ẓari’ah* adalah sebuah metode hasil pengembangan dari konsep *al-ẓari’ah*, dia bermakna sarana, alat dan atau wasilah itu wajib untuk dimunculkan dan dipakai apabila hasil dari suatu perbuatan yang

<sup>81</sup> Totok Jumantoro dan Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, hlm. 293.

<sup>82</sup> Suwarjin, *Ushul Fiqh* (Depok: Teras, 2012), hlm. 169.

<sup>83</sup> Nurdhin Baroroh, “Metamorfosis “Illat Hukum” dalam *al-ẓari’ah* (Sebuah Kajian Perbandingan)”, *al-Mazāhib*, Vol 5 No 2 Desember 2017, diakses pada <https://core.ac.uk>, hlm. 297.

menggunakan sarana, alat dan atau wasilah tersebut menghasilkan kemaslahatan dan kebaikan, hal ini dikarenakan realisasi kemaslahatan merupakan bagian dari *maqāṣid asyari'ah*.<sup>84</sup>

Dapat diketahui bahwa *al-ẓari'ah* adalah perbuatan yang dilakukan seseorang yang sebelumnya mengandung kemaslahatan, tetapi berakhir dengan suatu kerusakan. Dengan kata lain, bisa dipahami bahwa *al-ẓari'ah* adalah menetapkan hukum larangan atas suatu perbuatan tertentu yang pada dasarnya diperbolehkan maupun dilarang untuk mencegah terjadinya perbuatan lain yang dilarang.<sup>85</sup>

Sebagai contoh ialah kewajiban mengerjakan sholat yang lima waktu. Seseorang baru dapat mengerjakan shalat itu bila telah belajar shalat terlebih dahulu, tanpa belajar ia tidak akan dapat mengerjakannya. Dalam hal ini tampak bahwa belajar shalat itu tidak wajib. Tetapi karena ia menentukan apakah kewajiban itu dapat dikerjakan atau tidak, sangat tergantung kepadanya. Berdasarkan hal ini ditetapkanlah hukum wajib belajar shalat, sebagaimana halnya hukum shalat itu sendiri.<sup>86</sup>

## 2. Kedudukan *al-ẓari'ah*

Jumhur ulama menempatkan faktor manfaat dan mafsadat sebagai pertimbangan dalam menetapkan hukum, salah satunya dalam metode *al-ẓari'ah* ini. Dasar pegangan jumhur ulama untuk menggunakan

---

<sup>84</sup> Nurdhin Baroroh, "Metamorfosis "Illat Hukum" dalam *al-ẓari'ah* (Sebuah Kajian Perbandingan)", hlm. 297.

<sup>85</sup> Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer dari Teori ke Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 133-134.

<sup>86</sup> Kamal Muchtar, *Ushul Fiqh Jilid I* (Yogyakarta: CV Jasa Usaha Mulia, 1995), hlm.

metode ini adalah kehati-hatian dalam beramal ketika menghadapi perbenturan antara maslahat dan mafsadat. Bila maslahat lebih dominan maka boleh dilakukan, dan bila mafsadat yang dominan maka harus ditinggalkan. Namun, jika sama-sama kuat maka untuk menjaga kehati-hatian harus mengambil prinsip yang berlaku.<sup>87</sup>

*Al-Zari'ah* juga menjadi perhatian para ulama karena banyak ayat-ayat al-Qur'an yang mengisyaratkan ke arah itu, umpamanya Surat al-An'am ayat 108.

وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ...

Dan janganlah kamu memaki sembah yang mereka sembah selain Allah, karena mereka nanti akan memaki Allah dengan melampaui batas tanpa dasar pengetahuan...<sup>88</sup>

Sebenarnya mencaci dan menghina penyembah selain Allah itu boleh saja. Namun karena perbuatan mencaci itu akan menyebabkan penyembah selain Allah itu akan mencaci Allah, maka perbuatan itu dilarang.<sup>89</sup>

Dari contoh ayat di atas terlihat adanya larangan bagi perbuatan yang dapat menyebabkan sesuatu yang terlarang, meskipun semula pada dasarnya perbuatan itu boleh hukumnya. Dalam hal ini dasar pemikiran hukumnya bagi ulama adalah bahwa setiap perbuatan mengandung dua

<sup>87</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 2* (Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu, 1999), hlm. 429.

<sup>88</sup> Tim Penerjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, hlm.

<sup>89</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 2*, hlm. 400-401.

sisi: (1) sisi yang mendorong untuk berbuat, dan (2) sasaran atau tujuan yang menjadi *natījah* (kesimpulan/akibat) dari perbuatan itu.<sup>90</sup>

### 3. Prinsip *al-Ẓarī'ah*

Untuk menentukan apakah suatu perbuatan dilarang atau tidak, karena ia bisa menjadi sarana (*al-Ẓarī'ah*) terjadinya suatu perbuatan lain yang dilarang, maka secara umum hal itu dapat dilihat dari dua hal, yaitu: *Pertama*, motif atau tujuan yang mendorong seseorang untuk melaksanakan suatu perbuatan, apakah perbuatan itu akan berdampak kepada sesuatu yang diharamkan atau diharamkan. *Kedua*, akibat yang terjadi dari perbuatan, tanpa harus melihat kepada motif dan niat si pelaku. Jika akibat atau dampak yang sering kali terjadi dari suatu perbuatan adalah sesuatu yang dilarang atau *mafsadah*, maka perbuatan itu harus dicegah.<sup>91</sup>

Tujuan penetapan hukum secara *al-Ẓarī'ah* ini ialah untuk memudahkan tercapainya kemaslahatan atau jauhnya kemungkinan terjadinya kerusakan, atau terhindarnya diri dari kemungkinan perbuatan maksiat. Hal ini sesuai dengan tujuan ditetapkan hukum atas mukalaf, yaitu untuk mencapai kemaslahatan dan menjauhkan diri dari kerusakan. Untuk mencapai tujuan ini syariat menetapkan perintah-perintah dan larangan-larangan. Dalam memenuhi perintah dan menghentikan larangan itu, ada yang dapat dikerjakan secara langsung dan ada pula

<sup>90</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 2*, hlm. 401.

<sup>91</sup> Mohammad Mufid, *Ushul Fiqh Ekonomi*, hlm. 141-142.

yang tidak dapat dilaksanakan secara langsung, perlu ada hal yang harus dikerjakan sebelumnya.<sup>92</sup>

#### 4. Pengelompokan *al-Ẓarī'ah*

Para ahli ushul fikih membagi *al-Ẓarī'ah* secara signifikansi manakala dihubungkan dengan kemungkinan membawa dampak negatif (mafsadat) dan membantu tindakan yang diharamkan. Adapun pembagian itu adalah sebagai berikut:<sup>93</sup>

- a. *al-Ẓarī'ah* yang secara pasti dan meyakinkan akan membawa kepada mafsadah.
- b. *al-Ẓarī'ah* yang berdasarkan dugaan kuat akan membawa kepada mafsadah.
- c. *al-Ẓarī'ah* yang jarang/kecil kemungkinan membawa mafsadah.
- d. *al-Ẓarī'ah* yang berdasarkan asumsi biasa (bukan dugaan kuat) akan membawa kepada mafsadah.

Dilihat dari akibat atau dampak yang ditimbulkan Ibnu Qayyim membaginya menjadi empat, yaitu:<sup>94</sup>

- a. Perbuatan yang memang pada dasarnya membawa kepada kerusakan.
- b. Perbuatan yang ditentukan untuk sesuatu yang mubah, namun ditujukan untuk perbuatan buruk yang merusak.

<sup>92</sup> Kamal Muchtar, *Ushul Fiqh Jilid I*, hlm. 157.

<sup>93</sup> Asmawi, *Perbandingan Ushul Fiqh* (Jakarta: Amzah, 2011), hlm. 143.

<sup>94</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Uṣūl al-Fiqh al-Islāmī* (Damaskus: *Dār al-Fikr*, 1986), hlm. 873.

- c. Perbuatan yang semula ditentukan untuk yang mubah, tidak ditujukan untuk kerusakan. Namun biasanya sampai juga kepada kerusakan yang mana kerusakan itu lebih besar dari kebaikannya.
- d. Perbuatan yang semula ditentukan untuk mubah, namun terkadang membawa kerusakan, sedang kerusakannya lebih kecil dibanding kebaikannya.

#### 5. Pandangan Ulama tentang *al-Zarī'ah*

Jumhur ulama yang pada dasarnya menempatkan faktor manfaat dan mudarat sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan hukum, pada dasarnya juga menerima metode *al-zarī'ah*, meskipun berbeda dalam kadar penerimaannya. Kalangan Malikiyah yang dikenal banyak menggunakan faktor maslahat dengan sendirinya juga banyak menggunakan metode *al-zarī'ah*. Sedangkan ulama yang menolak metode *al-zarī'ah* secara mutlak adalah ulama Zhahiriyyah.<sup>95</sup>

Namun demikian, perbedaan pendapat dari berbagai ulama tersebut tidak menutup kemungkinan dalam berbagai kegiatan menggunakan *al-zarī'ah* untuk menetapkan suatu hukum tertentu. Di Indonesia dari salah satu lembaga keagamaan yang menggunakan metode ini untuk menggunakan dan menetapkan suatu hukum yaitu Majelis Ulama Indonesia atau lebih dikenal dengan MUI.

---

<sup>95</sup> Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh Jilid 2*, hlm. 404-406.

**BAB III**  
**PROFIL PERUSAHAAN DAN CARA KERJA *MULTI LEVEL***  
***MARKETING* PADA TIENS INDONESIA**

**A. Profil Perusahaan Tiens Group**

1. Sejarah Berdirinya Tiens

Pada tahun 1995, Mr. Li Jinyuan mendirikan *Tiens Group Corporation Ltd* (sekarang lebih dikenal dengan *Tiens Group*), yang memasuki pasar internasional pada tahun 1997 sampai sekarang. *Tiens group* telah menjadi grup multinasional yang mencakupi bioteknologi, manajemen kesehatan, hotel dan *tourism*, pendidikan dan pelatihan, *e-commerce*, keuangan dan investasi, dan juga modal industri, modal komersial, dan modal keuangan. Dengan usaha yang meliputi lebih dari 190 negara dan daerah, *Tiens* memiliki anak perusahaan atau cabang di 110 negara dan wilayah dengan merancang strategi bersama dengan pengusaha kelas satu di *mane* teknologi negara. *Tiens group* telah mengembangkan nutrisi makanan kesehatan, produk perawatan kesehatan, produk perawatan kecantikan, produk perawatan rumah tangga, dan berbagai macam produk lainnya.<sup>96</sup>

Mr. Li Jinyuan lahir pada tahun 1958 di Cangzhou, sebuah kota kuno di China Utara. Ketika masih muda, beliau memiliki banyak impian, pencarian, ketekunan dan tekad yang kuat. Kiprahnya di dunia

---

<sup>96</sup> *Tiens Indonesia, Profil Pengusaha Tiens Group Tiens Syariah*, hlm. 2.

bisnis banyak mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Kini Mr. Li Jinyuan adalah ketua dewan dan CEO *Tiens Group Co, Ltd* dan *Tiens Bio-tech Group (USA) inc.* Dengan rentang bisnis lebih dari 190 negara dan wilayah, Tiens mempunyai pelanggan tetap sebanyak lebih dari 20 juta keluarga di seluruh dunia, serta memiliki cabang di 110 negara dan wilayah.<sup>97</sup>

Kantor pusat di Henderson Center Beijing dan pabrik pusat industri teknologi modern Tianjin dengan luas bangunan 12.000 m<sup>2</sup> di atas lahan seluas 68.000 m<sup>2</sup>. Pada tahun 1995 Tiens Internasional mendapat hak paten bio teknologi untuk ekstasi kalsium, lalu mendirikan *Tiens Health Product Inc.* Sejak saat itu, strategi distribusi dan marketing berubah total dengan mengadopsi sistem personal *franchise (network marketing)*.<sup>98</sup>

Pada tahun 1998 Tiens ekspansi ke pasar internasional, membuka cabang mulai dari Amerika, Rusia, Kanada, Eropa hingga Asia Pasifik. Kemudian pada tahun 2010 Tiens telah memiliki anggota sebanyak 20 juta orang di seluruh dunia.<sup>99</sup> Tiens masuk sebagai salah satu dari 500 perusahaan ternama di dunia (*fortune 500*), dengan omset pertahun mencapai US\$ 15 milyar (150 triliun).<sup>100</sup>

Produk Tiens Internasional dihasilkan berdasarkan kepedulian akan kesehatan masyarakat. Dari bahan-bahan alami yang berkualitas

---

<sup>97</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", *Majalah Tiens Syariah*, Edisi 12, Tahun 2018, hlm. 5.

<sup>98</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 4.

<sup>99</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 4.

<sup>100</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 6.

yang diolah dengan sistem produksi berstandar internasional yang terkontrol, produk-produk Tiens Internasional mendapatkan sertifikat ISO9002- dan banyak penghargaan lain dari dalam dan luar negeri.<sup>101</sup>

## 2. Visi Misi

Pemimpi polimerisasi, rekor dunia kemitraan - garis temper kohesi napas usaha ketiga Tiens sepenuhnya membunyikan klakson.

Pada 1995, Tiens sebagai pelopor dalam bisnis penjualan langsung Tiongkok, di bawah kepemimpinan ketua Li Jinyuan, memulai usaha pertama untuk menemukan batu loncatan di seberang sungai. Tiens menggunakan inovasi dan kreativitas untuk mengumpulkan jaringan belanja menciptakan model baru “Jaringan dengan toko, toko dalam Jaringan” yang mengarah pada perkembangan dan pertumbuhan pesat industri penjualan langsung.<sup>102</sup>

Pada tahun 1997, Tiens memulai usaha kedua, awal yang komprehensif dari pengembangan internasional. Dalam waktu yang sangat singkat, Tiens menjangkau daerah dan wilayah di seluruh dunia yang menguntungkan puluhan juta keluarga melalui karya orang-orang Tiens dengan produk-produk berkualitas di dalam dan luar negeri.<sup>103</sup>

Pada tahun 2017, Tiens *Group* yang berusia 23 tahun dan mereknya memulai perjalanan mencari mimpi dan kemuliaan baru dengan visi “Individu yang Sehat Melayani Masyarakat Global”. Untuk

---

<sup>101</sup> Farid akbar, “Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus”, hlm. 4.

<sup>102</sup> Tiens, “Our Mission and Vision”, [www.tiens.com](http://www.tiens.com), diakses 07 Ferbruari 2020 pukul 16.10 WIB.

<sup>103</sup> Tiens, “Our Mission and Vision”, [www.tiens.com](http://www.tiens.com).

mencapai impian itu, pekerjaan perlu dilakukan sebagai satu kesatuan. Untuk mengintegrasikan Tiens pada inti “satu tubuh dengan banyak sayap, konsolidasi tiga jaringan dan integrasi beberapa industri”, dan sekarang sedang meniup tanduk berlayar untuk memulai Tiens gelombang ketiga pengembangan bisnis.<sup>104</sup>

TIENS *Group* terus menganut filosofi amal "yang berasal dari masyarakat dan oleh karena itu berkontribusi pada masyarakat", dan secara aktif mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hingga saat ini, Grup TIENS telah menginvestasikan lebih dari RMB 1,6 miliar dalam kegiatan amal dan kesejahteraan masyarakat.<sup>105</sup>

#### **B. Profil Tiens Cabang Indonesia (PT Singa Langit Jaya)**

Tiens Indonesia merupakan salah satu unit bisnis dari Tiens *Group*, yang bergerak dibidang penjualan langsung, dengan memasarkan produk-produk suplemen herbal dan alat kesehatan yang mengacu kepada warisan pengobatan tradisional Tiongkok yang telah dikenal sejak 5000 tahun yang lalu, Tiens memadukan resep pengobatan tradisional dengan teknologi modern dan mutakhir. Demikian pula dengan peralatan kesehatan Tiens yang berkonsep pada keseimbangan, energi dan darah serta teori akupuntur.

---

<sup>104</sup> Tiens, “Our Mission and Vision”, [www.tiens.com](http://www.tiens.com).

<sup>105</sup> Tiens, “About Tiens”, [www.tiens.com](http://www.tiens.com), diakses 07 Februari 2020 pukul 16.35 WIB.

Kesemuanya bertujuan agar masyarakat dapat dengan mudah dan nyaman menjaga kesehatan di tengah berbagai kesibukan yang pada saat ini.<sup>106</sup>

Hadir di Indonesia sejak tahun 2000, produk-produk Tiens telah mendapatkan hati dikalangan keluarga Indonesia. Tak heran, hingga saat ini pun tercatat sebanyak lebih dari 4 juta distributor dan pengguna setia produk Tiens, telah merasakan kesehatan sekaligus peluang usaha yang mensejahterakan keluarga Indonesia. Manfaat produk yang telah terbukti dan peluang usaha yang mudah dijalankan, membuat Tiens masuk dalam jajaran perusahaan penjualan langsung yang diperhitungkan di Indonesia.<sup>107</sup>

Pada tahun 2001 berdiri PT Singa Langit Jaya, adalah sebuah perusahaan raksasa dari Cina yang bergerak di bidang pemasaran *Suplement Food* (makanan kesehatan), berkantor pusat di Tianjin, RCC dan memiliki kantor cabang di 110 negara dengan cakupan bisnis menjangkau hingga di 190 negara, salah satunya yaitu Indonesia.<sup>108</sup>

Tiens telah berkomitmen pada konsumen dari berbagai usia dan latar belakang kehidupan di seluruh dunia untuk memberikan produk dan pelayanan yang baik, kepercayaan yang tinggi, menyatukan esensi alami dengan teknologi tinggi serta memenuhi kebutuhan konsumen yang sangat

---

5. <sup>106</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm. 6.

6. <sup>107</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm. 6.

<sup>108</sup> Tiens Indonesia, "Home Member Area Contact PT Singa Langit Jaya", *singalangitjaya.weebly.com*, diakses 10 Februari 2020 pukul 09.45 WIB.

beragam. Di Indonesia Tiens mendaftarkan diri sebagai bisnis yang berdasarkan prinsip syariah.<sup>109</sup>

Syariah mengatur hal-hal yang bersifat universal, tidak hanya berhubungan dengan agama Islam saja. Banyak norma atau aturan di dalamnya bersifat umum, demi keselarasan kehidupan dalam bermasyarakat. Karena sifatnya yang berhubungan dengan sesama manusia, maka syariah juga mengatur tentang sisi ekonomi sebagai salah satu aspek yang penting. Oleh karena itu, pelaksanaan ekonomi yang diatur dalam syariah dikenal dengan ekonomi syariah.<sup>110</sup>

Ekonomi syariah sendiri di dalamnya terdapat berbagai bidang, tidak hanya perbankan, namun juga bisnis yang berdasarkan prinsip syariah. Bisnis syariah ini terbagi lagi kedalamnya berbagai unsur, termasuk di dalamnya penjualan langsung berjenjang (MLM). Untuk mengatur hal-hal yang diterapkan dalam syariah Islam, maka perusahaan yang menerapkan MLM tersebut hendaknya mematuhi fatwa penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS) sebagaimana tercantum dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 75/DSN MUI/VII/2009 mengenai Pedoman Penjualan Langsung Syariah (PLBS). Diantara prinsip-prinsip syariah dalam transaksi ekonomi adalah keadilan, transparansi, kehalalan transaksi dan objek transaksi, dihindarinya transaksi fiktif, riba dan spekulasi.<sup>111</sup>

---

7. <sup>109</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm.

11. <sup>110</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm.

11. <sup>111</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm.

## C. Cara Kerja *Multi Level Marketing* pada PT Tiens Indonesia

### 1. Produk Tiens

Produk dalam Tiens terbagi menjadi beberapa produk, yaitu suplemen kesehatan seri pembersih, suplemen kesehatan seri penyeimbang, suplemen kesehatan seri penguat, alat kesehatan, perawatan pribadi, dan lainnya.<sup>112</sup>

#### a. Seri Pembersih/ *Detoks*

Tahap dimana tubuh dibersihkan dari lemak/ racun yang ada di dalam rumah dan saluran pencernaan. Sangat disarankan mengonsumsi secara rutin Jiang Zhi Tea, Double Cellulose, Grape Extract Capsules, Chitin Chitosan, Vitaline, Renuves dan Nonitrend.<sup>113</sup>

#### b. Seri Penyeimbang

Proses untuk menyeimbangkan tubuh dari kekurangan zat dan mineral yang dibutuhkan tubuh. Menyeimbangkan tubuh dari kekurangan nutrisi dan mineral yang dibutuhkan tubuh agar tidak mudah diserang penyakit. Sangat menganjurkan mengonsumsi Muncord, Spirulina, dan Glucosamin.<sup>114</sup>

#### c. Seri Penguat

---

<sup>112</sup> Anonim, "Tiens Mobile Information System", [www.m.tiens.co.id](http://www.m.tiens.co.id), diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 08.55 WIB.

<sup>113</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 10-11.

<sup>114</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 10-14.

Proses menguatkan organ penting dalam tubuh seperti ginjal, pankreas, hati, usus, paru-paru, dan jantung. Membuat tubuh mempunyai imunitas yang kuat dan vitalitas agar lebih tahan dari serangan penyakit. Untuk penguatan, Zinc, Diacont dan Kalsium Tiens.<sup>115</sup>

d. Alat Kesehatan

Alat kesehatan dari Tiens, yaitu: Health Mattress, Ti-Energy Bracelet, dan Multifunctional Head Care Apparatus.<sup>116</sup>

e. Perawatan Pribadi

Perawatan pribadi yang diproduksi oleh PT Tiens, yaitu: Spare (Mint Refreshing Body Wash), Herbal Toothpaste, Airiz, Revitalize Ginger (Strengthening Shampoo and Conditioner).<sup>117</sup>

f. Produk Lainnya

Sedangkan produk lain yang diproduksi oleh Tiens adalah Motorcycle Oil dan Pupuk Feng Shou.<sup>118</sup>

Dalam pengakuan beberapa distributor yang bergabung dengan bisnis Tiens ini selain mendapat penghasilan tambahan. Namun juga karena produk yang dikeluarkan Tiens merupakan suplemen kesehatan dan produknya sangat bagus yang nantinya akan membuat para pembeli menjadi sehat. Salah satu distributor mengatakan “produk yang memang

---

<sup>115</sup> Farid akbar, “Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus”, hlm. 10-19.

<sup>116</sup> Tiens Syariah, *Katalog Produk Tiens Syariah Better Tiens Better Life*, hlm. 19-20.

<sup>117</sup> Tiens Syariah, *Katalog Produk Tiens Syariah Better Tiens Better Life*, hlm. 24-25.

<sup>118</sup> Tiens Syariah, *Katalog Produk Tiens Syariah Better Tiens Better Life*, hlm. 27-28.

sudah dipakai dan menurutku bagus, tidak berani kalau memang produk itu tidak bagus untuk dijual”<sup>119</sup>

## 2. Perekrutan *Member*

Perekrutan member dalam PT Tiens Indonesia ini hanya dengan membangun aset mengikuti 8 tahap yang ditentukan. Di awal hanya perlu melakukan pendaftaran untuk menjadi distributor dari perusahaan PT Singa lagit Jaya atau Tiens Indonesia. Cukup membayar Rp 99.000 sudah menjadi distributor dengan mempunyai 2 kelebihan yaitu, keanggotaan berlaku seumur hidup dan bisnis dapat diwariskan.<sup>120</sup>

Ada beberapa tahapan dalam menjalankan bisnis Tiens Indonesia yaitu, tahap awal, tahap pengembangan dan tahap internasional.<sup>121</sup>

### a. Tahap Awal

- 1) Cukup belanja/ jual 1 macam produk
- 2) Cukup belanja/ jual hingga PV/BV 500.000
  - a) Potensi penghasilan Rp 500.000
- 3) Cukup belanja/ jual hingga PV/BV 2.000.000
  - a) Potensi penghasilan Rp 1.000.000

### b. Tahap Pengembangan

- 1) Dengan memiliki 3 orang di bawah anda, total penjualan mencapai PV/BV 10.000.000
  - a) Potensi Penghasilan Rp 2.000.000

<sup>119</sup> Yuni Sarah Nurhikmah, “Distributor”, *Wawancara*, Tanggal 24 Februari 2020.

<sup>120</sup> Tiens Indonesia, “Membangun Aset melalui 8 Tahap”, *singalangitjaya.weebly.com*, diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 15.15 WIB.

<sup>121</sup> Tiens Indonesia, “Membangun Aset melalui 8 Tahap”, *singalangitjaya.weebly.com*.

- 2) Dengan memiliki 3 orang \*1) di bawah anda, total penjualan mencapai PV/BV 40.000.000
  - a) Potensi Penghasilan Rp 4.000.000
  - b) Bisa mengikuti program Promosi SUCCESS TRIP
- 3) Dengan memiliki 3 orang \*2) di bawah anda, total penjualan mencapai PV/BV 150.000.000
  - a) Potensi Penghasilan Rp 10.000.000
  - b) Bisa mengikuti program Promosi US\$ 1.500 (berupa kereta)
- 4) Dengan memiliki 3 orang \*3) di bawah anda, total penjualan mencapai PV/BV 500.000.000
  - a) Potensi Penghasilan Rp 20.000.000
  - b) Bisa mengikuti program Promosi GLORY TRIP
- 5) Dengan memiliki 3 orang \*4) di bawah anda, total penjualan mencapai PV/BV 2Milyar
  - a) Potensi Penghasilan Rp 40.000.000
  - b) Bisa mengikuti program Promosi US\$ 15.000 (berupa mobil niaga)

c. Tahap Internasional

Dengan Potensi Penghasilan dari Rp 40.000.000 hingga Rp 500.000.000 lebih

- 1) Bronze Lion dengan memiliki 2 orang \*5) di bawah anda
  - a) Reward US\$ 25.000
  - b) Bonus dari omset 190 negara sebesar 1% setiap 3 bulan

- 2) Silver Lion dengan memiliki 3 orang \*5) di bawah anda
  - a) Reward US\$ 50.000
  - b) Bonus dari omset 190 negara sebesar 0.75% setiap 3 bulan
- 3) Gold Lion dengan memiliki 4 orang \*5) di bawah anda
  - a) Reward US\$ 100.000
  - b) Bonus dari omset 190 negara sebesar 0.5% setiap 3 bulan
- 4) 1-5 Diamond Gold Lion dengan memiliki 5-10 orang \*5) di bawah anda
  - Bonus dari omset 190 negara sebesar 0.5% setiap 3 bulan
- 5) Directur dengan memiliki 4 orang Gold Lion di bawah anda
  - a) Bonus dari omset 190 negara sebesar 0.25% setiap 3 bulan
- 6) Executive Directur memiliki 4 orang Directur dan 6 orang Gold Lion di bawah anda
  - a) Bonus dari omset 190 negara sebesar 0.25% setiap 3 bulan
  - b) Bonus Prestasi seumur hidup sebesar 0.5%

Menurut pengakuan salah satu distributor remi Tiens mengatakan bahwa:

Tiens merupakan bisnis MLM yang sudah syariah, karena *upline* yang sudah merekrut banyak anggota baru masih harus menjual produk dari Tiens. Para distributor tidak hanya mengandalkan bonus dari anggota barunya, melainkan dari penjualan produk juga. Anggota yang baru masuk akan mendapatkan produk yang nantinya akan dijual kepada *customer*. Dalam mendaftar sebagai anggota baru tidak hanya sekedar menjadi member saja, melainkan mendapatkan produk. Untuk tingkatan member baru pun beragam, tergantung jumlah modal yang dimiliki calon member tersebut. Untuk menjadi member hanya dengan membayar Rp 99.000, terdapat kelas Bronze (bintang 4), Silver (bintang 5), Gold (bintang

6), Bronze Lion (bintang 7), Silver Lion (bintang 8), dan Gold Lion.<sup>122</sup>

Dalam melakukan perekrutan anggota baru tidak terdapat unsur pemaksaan. Namun para distributor menjelaskan beberapa manfaat produk yang dijual olehnya dan menanyakan keluhan yang diderita oleh *customer*. Setelah menjadi *customer* kemudian di tawarkan untuk bergabung dengan bisnis ini.<sup>123</sup> Ada juga yang menjelaskan bagaimana bisnis dan sistemnya yang tentunya dapat memperoleh keuntungan yang sangat besar apabila bergabung dengan bisnis Tiens.<sup>124</sup>

Terdapat 2 aturan yang menjamin orang sukses di bisnis yaitu, peringkat tidak pernah turun dan omset akumulasi tanpa batas waktu. Dan apabila terdapat pendaftar yang langsung pada tahap awal (poin ketiga) dengan melakukan pembelian sekitar Rp 2.200.000 (PV/BV 2.000.000), maka berhak mengikuti Program Promosi Galaksi dengan modal kecil dan keuntungan 30x lipat.<sup>125</sup>

### 3. Penjualan Produk

Dalam melakukan penjualan produk PT Tiens mempunyai sebuah organisasi pendukung, yaitu One Vision. One Vision adalah sebuah organisasi pendukung yang telah teruji dan terbukti melahirkan banyak orang sukses di bisnis ini. Organisasi pendukung ini menyediakan sistem

---

<sup>122</sup> Fajar Istiqomah, "Distributor, Silver bintang 5", *Wawancara*, Tanggal 24 Februari 2020.

<sup>123</sup> Fajar Istiqomah, "Distributor, Silver bintang 5".

<sup>124</sup> Vivi Sisdianti, "Distributor, Silver bintang 5", *Wawancara*, Tanggal 26 Februari 2020.

<sup>125</sup> Tiens Indonesia, "Membangun Aset melalui 8 Tahap", *singalangitjaya.weebly.com*.

yang berguna untuk mengembangkan manusia dalam menyukseskan sebuah bisnis pemasaran jaringan.<sup>126</sup>

Dalam melakukan penjualan produk, terdapat beberapa cara, yaitu dengan menjadi pemakai produk, *Health Clinic*, dan melayani pelanggan.<sup>127</sup>

a. Menjadi Pemakai Produk

Dapat mempromosikan produk Tiens dari pengalaman pribadi dalam menggunakan produk. Pengalaman pribadi menjadi alat yang paling efektif untuk meyakinkan *downline* atau pelanggan dan calon pelanggan.<sup>128</sup>

b. *Health Clinic*

*Health Clinic*, yaitu presentasi mengenai kesehatan yang berkaitan dengan produk-produk Tiens, yang bertujuan memberikan informasi kesehatan kepada prospek yang membutuhkan produk Tiens.<sup>129</sup>

c. Melayani Pelanggan

---

<sup>126</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 1-2.

<sup>127</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 11.

<sup>128</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 11.

<sup>129</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 11.

Dalam melayani pelanggan, atau berjualan dapat melewati berbagai *social media*. Dapat menghargai apapun keputusan pelanggan.<sup>130</sup>

Dalam penjualan produk juga dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan membuat janji bertemu (*making appointment*), presentasi (*presentation*) dan tindak lanjut (*follow up*). Tujuan membuat janji bertemu yaitu supaya dapat menjelaskan produk secara menyeluruh tidak sepotong-potong dan membangun jaringan dengan pendekatan yang profesional, efektif dan efisien.<sup>131</sup>

Sedangkan tujuan dari presentasi yaitu untuk memberikan informasi mengenai bisnis dan produk secara benar dan lengkap supaya mereka bisa mempelajari lebih lanjut produk dan usaha yang disampaikan. Kemudian tujuan dengan adanya *follow up* yaitu, mengetahui prospek dan kegunaan produk yang di dapatkan dalam 1-2 tahun kedepan, menjawab pertanyaan-pertanyaan dan memberikan solusi terhadap kendala dalam pemakaian produk dan dalam menjalankan usaha, merekrut anggota sebagai distributor dan mengajak menjalankan usahanya dalam penjualan produk sesuai dengan sistem One Vision.<sup>132</sup>

Selain dengan sistem penjualan di atas, distributor yang bersedia diwawancarai yaitu dengan menggunakan beberapa cara. Ada kesamaan

---

<sup>130</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 11-12.

<sup>131</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 19.

<sup>132</sup> One Vision One Heart One Future, *Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar*, hlm. 38.

diantara mereka yaitu berjualan dengan menggunakan via *online* ataupun *offline*. Yang digunakan mereka dalam mempromosikan produknya memiliki keragaman, ada yang menggunakan media *online* hanya mengandalkan aplikasi WhatsApp, ada juga yang melalui dengan sosial media lain seperti Instagram, Facebook, Marketplace, dll. Ataupun cara *offline* yang mereka lakukan yaitu menawarkan secara langsung kepada *customer* yang ia temui. Karena tidak semua distributor mempunyai *public speaking* atau keahlian dalam berbicara dan kepercayaan diri untuk berkomunikasi langsung dengan pembeli. Maka penjualan mereka lakukan lebih sering menggunakan media sosial ataupun *online* dari pada dengan cara *offline*.

Menurut pengakuan salah satu distributor dalam bertransaksi dengan pembeli atau *customer* menggunakan cara yang dia lakukan, “Cara saya bertransaksi dengan *customer* dibagi menjadi dua, yaitu dengan cara *customer* transfer dan saya mengirimkan produk yang dibeli dan COD (*Cash On Delivery*).” Sedangkan apabila melakukan penjualan dengan *reseller*, distributor akan memberikan keuntungan 30-50% dari harga normal.<sup>133</sup>

Jadi ada beberapa distributor dalam penjualannya dibantu oleh *reseller*. *Reseller* adalah orang yang menjual kembali produk dari pihak distributor kepada para konsumen.<sup>134</sup> Dimana apabila ingin menjadi *reseller* tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pendaftaran. Dengan

---

<sup>133</sup> Fajar Istiqomah, “Distributor, Silver bintang 5”.

<sup>134</sup> Fitriya, “Mau Jadi Reseller atau Drop Shipper?”, [www.cermati.com](http://www.cermati.com), diakses pada tanggal 29 Mei 2020 pukul 11.45 WIB.

adanya *reseller* ini para distributor merasa terbantu dalam penjualannya. Ketika distributor sedang tidak ada waktu untuk berjualan namun *reseller* tetap aktif dalam penjualan. Hal tersebut sangat diuntungkan bagi para distributor.

Harga yang ditawarkan pada setiap produk sudah jelas. Harga yang tertera ada yang khusus *member/distributor* dan harga khusus pembeli/konsumen/*customer*. Untuk PT Tiens apabila ingin mengetahui grafik penjualan produk, para distributor dapat membuka *web site* TMIS (Tiens Mobile Information System). Dengan cara *log in* dengan mengisi nomor *member* dan *password*. Dimana nomor *member* yaitu nomor yang tertera pada kartu *member* yang pasti dimiliki oleh setiap distributor.

TMIS adalah sebuah layanan berbasis web untuk memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan seluruh distributor Tiens dalam mengembangkan bisnisnya. Layanan TMIS dibuat khusus agar dapat diakses dengan mudah dan cepat dengan menggunakan telepon genggam yang memiliki koneksi internet minimal GPRS. Keunggulan TMIS adalah informasi yang bersifat *real time* sehingga dapat memudahkan distributor dalam memantau jaringannya di bulan berjalan.<sup>135</sup>

#### 4. Jenjang Karir

Suatu yang khas dari MLM adalah adanya sistem penjenjangan atau tingkatan untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. Seperti halnya meniti karier dalam bisnis konvensional,

---

<sup>135</sup> Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS*, hlm. 15.

setiap distributor memulai karier dalam bisnis ini dari tingkat paling bawah. Menjalannya langkah demi langkah, hingga ia berhasil naik peringkat, dan terus naik peringkat.<sup>136</sup>

Berikut merupakan jenjang karier dalam perusahaan Tiens sebagai berikut:<sup>137</sup>

No	Jenjang Karier	Kisaran Penghasilan per Bulan
1	Distributor	Ratusan ribu rupiah
2	Unit Manager (UM)	Minimal Rp 1-3 juta
3	Agency Manager (AM)	Minimal Rp 5-10 juta
4	Ruby Agency Manager (RAM)	Minimal Rp 10-15 juta
5	Pearl Agency Manager (PAM)	Minimal 35-45 juta
6	Diamond Agency Manager (DAM)	Rp 50-60 juta
7	Double Diamond Agency Manager (DDAM)	Rp 60-70 juta
8	Crown Agency Manager (CAM)	Minimal Rp 80 juta

Setiap distributor pasti ingin memperoleh grafik ke atas baik di penjualan ataupun di perekrutan *member*. Sehingga dapat menaikan level dan memperoleh bonus dari perusahaan Tiens. Menurut pengakuan distributor, dia mengatakan bahwa “Harus merekrut member-member baru untuk dijadikan kaki saya dalam mengumpulkan *reward*, dan tetap menjual produk langsung ke lapangan”, katanya.<sup>138</sup> Bentuk bonus

<sup>136</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 50.

<sup>137</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 51.

<sup>138</sup> Fajar Istiqomah, “Distributor, Silver bintang 5”.

distributor apabila dapat merekrut member-member baru yaitu selain naik level, ada juga bonus uang dan jalan-jalan ke luar negeri.<sup>139</sup>

#### 5. *Money Game* dan Skema Piramida

Pada bulan Juli 1999, ramai diperbincangkan *mess media* bahwa enam triliun rupiah lebih uang masyarakat, hilang dibawa lari oleh orang yang mengaku menjalankan bisnis MLM. Mereka mengambil untung besar dari kekurangtahuan masyarakat dan lari tidak bertanggung jawab. Bisnis *money game* pasti merugikan sebagian besar masyarakat, karena sistemnya menggunakan skema piramida (*pyramid scheme*). Skema ini pada akhirnya akan membuat pasar menjadi jenuh. Dalam sistem *money game*, orang yang terlebih terdahulu masuk akan diuntungkan, sedangkan orang yang masuk belakangan pasti akan rugi. Lalu, ketika banyak *member* yang tidak puas, si pemilik usaha kabur dengan menggondol ratusan juta rupiah dana yang terkumpul dari para anggotanya.<sup>140</sup>

Karena itu negara-negara maju melarang keras *money game* dan sejenisnya melalui Undang-Undang Anti Piramida. Perusahaan yang bergerak di bidang *money game* berkedok MLM dibawa ke pengadilan. Masyarakat pun harus hati-hati, jangan sampai tergoda oleh cara-cara penipuan melalui *money game* atau sejenisnya, sehingga sistem *money game* tidak disalahpersepsikan dengan MLM. Berikut merupakan perbedaan antara MLM dan skema piramida:<sup>141</sup>

---

<sup>139</sup> Vivi Sisdianti, "Distributor, Silver bintang 5".

<sup>140</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 22.

<sup>141</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, hlm. 22-23.

No	MLM	Skema Piramida
1.	Sudah dimasyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan sistem ini, bahkan pengusahanya ditangkap pihak yang berwajib.
2.	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	Hanya menguntungkan bagi orang-orang yang pertama atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakang.
3.	Keuntungan/ keberhasilan distributor ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan/ pembelian produk/ jasa yang bernilai dan berguna untuk konsumen.	Keuntungan/ keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk satu format Piramida.
4.	Setiap orang hanya berhak menjadi distributor sebanyak satu kali saja.	Setiap orang boleh menjadi anggota berkali-kali dalam satu waktu tertentu, menjadi anggota disebut dengan "membeli kavling", jadi satu orang boleh membeli beberapa kavling.
5.	Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal, masuk akan dan imbalannya adalah <i>Starter Kit</i> yang senilai. Biaya pendaftaran tidak dimaksudkan untuk memaksakan pembelian produk dan bukan untuk mencari untung dari biaya pendaftaran.	Biaya pendaftaran anggota sangat tinggi, biasanya disertai dengan produk-produk yang jika dihitung harganya menjadi sangat mahal (tidak sesuai dengan produk sejenis yang ada di pasaran). Jika seorang anggota lebih banyak merekrut orang lain, barulah yang bersangkutan mendapatkan keuntungan, dengan kata lain keuntungan didapat dengan merekrut lebih banyak anggota, bukan dengan penjualan yang lebih banyak.
6.	Keuntungan yang didapat distributor dihitung berdasarkan hasil penjualan dari setiap anggota jaringannya.	Keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan sistem rekruting sampai terbentuk format tertentu.
7.	Jumlah orang yang direkrut	Jumlah anggota yang direkrut

	anggota tidak dibatasi, tetapi dianjurkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing.	dibatasi. Jika ingin merekrut lebih banyak lagi, yang bersangkutan harus menjadi anggota (membeli kavling) lagi.
8.	Setiap distributor sangat tidak dianjurkan bahkan dilarang menumpuk barang ( <i>inventory Loading</i> ) karena di dalam jualan langsung yang terpenting adalah produk yang dibeli bisa dipakai dan dirasakan khasiat/kegunaannya oleh konsumen.	Setiap anggota dianjurkan untuk menjadi anggota berkali-kali di mana setiap kali menjadi anggota harus membeli produk dengan harga yang tidak masuk akal. Hal ini menyebabkan banyak sekali anggota yang menimbun barang dan tidak dipakai.
9.	Program pembinaan distributor sangat diperlukan agar didapat anggota yang berkualitas tinggi.	Tidak ada program pembinaan apapun juga, karena yang diperlukan hanya rekryting saja.
10.	Pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting, karena produk harus dijual sampai ke tangan konsumen.	Tidak ada pelatihan produk, sebab komoditas hanyalah rekrut keanggotaan. Produk dalam sistem ini hanyalah suatu kedok saja.
11.	Setiap <i>up line</i> sangat berkepentingan dengan meningkatnya kualitas dari para <i>down line</i> -nya, kesuksesan seorang distributor dapat terjadi jika <i>down line</i> -nya sukses. Keberhasilan <i>up line</i> ikut ditentukan dari keberhasilan <i>down line</i> .	Para <i>up line</i> hanya mementingkan rekruting orang baru saja. Apakah <i>down line</i> berhasil atau tidak, bukanlah merupakan perhatian dari <i>up line</i> .
12.	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik di mana setiap distributor harus terus melakukan pembinaan untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	Bukan merupakan suatu peluang usaha, karena yang dilakukan lebih menyerupai untung-untungan, di mana yang perlu dilakukan hanyalah 'membeli kavling' dan selanjutnya hanyalah menunggu.

Tiens ini tidak melakukan *money game* karena mengacu pada fatwa MUI No 75 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Dalam bisnis Tiens ini tidak menguntungkan orang yang terlebih dahulu

bergabung dan merugikan orang yang bergabung *belakangan*. Namun, apabila ingin memperoleh keuntungan, maka harus berbondong-bondong meningkatkan penjualan. Semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga keuntungan yang didapat. Bisnis Tiens ini tidak membedakan antara distributor yang lebih dulu gabung dan distributor yang gabung belakangan. Karena semua distributor wajib menjual produk dari Tiens tersebut. *Money game* dan skema piramida memang saling berhubungan. Dimana skema piramida merupakan sistem dari kegiatan *money game* tersebut. Produk yang dijual sangat jelas, dalam melakukan penjualan juga sudah terdapat harga khusus *member* dan harga khusus konsumen biasa.

Dalam Islam juga melarang dengan jual beli yang terdapat unsur kecurangan. Dijelaskan pula dalam hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah (HR Muslim No. 102), yaitu:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُيْبَرَةَ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا  
فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَدًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قُلْ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا  
رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Rasulullah shallallahu alaihi wasallam pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah. Maka beliau bertanya, “Apa ini wahai pemilik makanan?” Dia menjawab, “Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tak meletakkannya di bagian atas agar manusia dapat melihatnya?! Barangsiapa yang menipu maka dia bukan dari golonganku”.<sup>142</sup>

<sup>142</sup> Alif Ilham Akbar, “Tempat Paling Mewah di Surga”, [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), diakses pada tanggal 01 Juni 2020 pukul 20.10 WIB.

Dari hadis tersebut menjelaskan bahwa menipu dan melakukan kecurangan hukumnya adalah haram dan merupakan dosa besar. *Money game* sama halnya dengan penipuan atau kecurangan yang dalam Islam sendiri melarang apabila melakukan jual beli terdapat kecurangan. Islam membolehkan asalkan dalam melakukan jual beli menemukan keridhoan antara si penjual dan pembeli.



**BAB IV**  
**SISTEM MULTI LEVEL MARKETING**  
**PADA PT TIENS INDONESIA PERSPEKTIF *AL-ẒARĪ'AH***

**A. Tinjauan *al-Ẓarī'ah* pada Produk Tiens**

Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.<sup>143</sup> Sedangkan Produk dari Tiens yaitu berupa suplemen kesehatan, alat kesehatan, perawatan pribadi, dan produk lainnya yang sering digunakan dikalangan masyarakat. Produk Tiens memadukan resep pengobatan tradisional Tiongkok dengan teknologi modern. Bahan yang dipakai juga dari bahan herbal alami dari macam-macam tumbuhan dan hewani.

Produk yang dijualbelikan juga memiliki syarat ketentuan seperti pada pasal 76 KHES, yaitu:<sup>144</sup>

1. Barang yang harus dijualbelikan harus sudah ada
2. Barang yang dijualbelikan harus dapat diserahkan
3. Barang yang dijualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu
4. Barang yang dijualbelikan harus halal
5. Barang yang dijualbelikan harus diketahui oleh pembeli

---

<sup>143</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”, *dsnmu.or.id*, diakses pada tanggal 01 Juni 2020.

<sup>144</sup> Tim Penyusun KHES, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, hlm. 34-35.

6. Kekhususan barang yang dijualbelikan harus diketahui
7. Penunjukan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang dijualbelikan apabila barang itu ada di tempat jual beli
8. Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut
9. Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.

Harga yang ditawarkan perusahaan sangat bermacam-macam. Di setiap produk perusahaan membandrol harga yang berbeda-beda. Dimana apabila menjadi *member* akan mendapatkan harga khusus dari perusahaan langsung.

Dari setiap produk memiliki manfaat dan kegunaan. Terdapat paket-paket kesehatan yang dijual oleh distributor seperti paket peninggi badan, penggemuk badan, pelangsing, paket diabetes, dan lain-lain. Dimana dalam satu paket kesehatan terdapat beberapa produk di dalamnya. Suplemen kesehatan PT Tiens sudah teruji oleh BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan) dengan nomor izin BPOM disetiap produknya. Dan DSN MUI juga telah mengeluarkan izin kehalalannya untuk PT Tiens atau PT Singa Langit Jaya.

Produk Tiens yang merupakan produk seplemen kesehatan, dimana suplemen kesehatan Tiens bertujuan untuk menyembuhkan orang-orang yang sakit hanya dengan mengonsumsinya. Dalam produk Tiens ini tidak ditemukan suatu motif, tujuan dan kemafsadatan yang berdampak kepada sesuatu yang diharamkan melainkan dapat membuka jalan menuju kepada

kebaikan. Maka dari itu produk Tiens tidak termasuk dalam teori *al-zari'ah* namun termasuk dalam teori *fath al-zari'ah* dan hukumnya adalah halal. Karena jalan menuju keburukan itu harus ditutup dan jalan yang menuju kebaikan harus dibuka.

### **B. Tinjauan *al-Zari'ah* pada Perekrutan Member**

Tata cara untuk menjadi member sudah dijelaskan di bab sebelumnya. Dimana calon member harus membayar sebesar Rp. 99.000,- untuk terdaftar sebagai distributor atau *member*. Atau dapat membayar lebih untuk mendapatkan produk yang kita inginkan. Cara untuk mendapatkan *member* baru tidak dengan memaksa calon *member*, namun keputusan sepenuhnya ada di calon *member* tersebut.

DSN MUI juga menjelaskan perekrutan member dalam menjalankan Penjualan Langsung Berjenjang yaitu *member get member*. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut. Sedangkan *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.<sup>145</sup>

Rasulullah SAW mengisyaratkan dalam hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah. Rasulullah SAW bersabda:

---

<sup>145</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah".

“Jika amanah telah disia-siakan, maka tunggulah hari kiamat”, dia Abu Hurairah bertanya, “Wahai Rasulullah, bagaimanakah menyia-nyaiakan amanah itu?” Beliau menjawab, “Jika satu urusan diserahkan kepada bukan ahlinya, maka tunggulah hari kiamat”<sup>146</sup>.

Allah SWT juga berfirman dalam Surat az-Zukhruf ayat 32:

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ  
فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ

Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kamiilah yang menentukan penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebagian mereka atas sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.<sup>147</sup>

Dari penjelasan al-Qur'an dan hadis di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Islam memperbolehkan seseorang untuk merekrut orang dan mengontraknya dengan jangka waktu yang ditentukan. Untuk Tiens sendiri tidak ada unsur memaksa orang-orang untuk bergabung. Akan tetapi para distributor pastinya berbondong-bondong mengajak orang untuk bergabung dengan bisnisnya. Sehingga distributor sebelumnya mendapatkan *reward*, bonus dan dapat meningkatkan level.

Dalam melakukan perekrutan member Tiens sangat bergantung pada *upline*-nya masing-masing. Semua distributor dalam merekrut melakukan perekrutan *member* baru dengan cara yang berbeda-beda. Cara yang dilakukan distributor untuk melakukan perekrutan tidak ditemukan kejanggalan. Hal tersebut seperti yang sudah dijelaskan pada fatwa MUI No 75 yaitu *member get member*. Maka dari itu dalam perekrutan *member* PT Tiens ini tidak ada motif dan tujuan yang berdampak pada kemafsadatan.

<sup>146</sup> Al-Bukhari, *Ar-Riqaq* bab *Raf'ul Amanah*, XI: 333.

<sup>147</sup> Tim Penerjemah al-Qur'an Kemenag RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*, hlm. 492.

Maka perekrutan *member* ini termasuk dalam *fatḥ al-ẓari'ah*, yaitu dapat membuka jalan menuju kepada kebaikan dan hukumnya adalah halal. Karena jalan menuju kebaikan itu harus dikerjakan dan jalan yang menuju keburukan harus ditinggalkan.

### C. Tinjauan *al-Ẓari'ah* pada Penjualan Produk

Dalam melakukan jual beli terdapat pelaku pedagang dan pembeli atau konsumen. Di Indonesia dalam melakukan penjualan sudah diatur dalam Undang-Undang yaitu Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Di dalamnya terdapat pasal yang menjelaskan hak dan kewajiban bagi pedagang dan konsumen terdapat pada pasal 6 dan pasal 7, yaitu:

Hak pelaku usaha adalah:<sup>148</sup>

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen

---

<sup>148</sup> Anonim, "Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen", *peraturan.bpk.go.id*, diakses pada tanggal 03 Juni 2020 Pukul 10.00 WIB, hlm. 6.

4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha:<sup>149</sup>

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan

---

<sup>149</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7, hlm. 7.

7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sedangkan hak dan kewajiban konsumen yang diatur pada pasal 4 dan pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 2008.

Hak konsumen adalah:<sup>150</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

---

<sup>150</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4, hlm. 5.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Kewajiban konsumen adalah:<sup>151</sup>

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
3. Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Setiap distributor dalam memasarkan produknya dengan menggunakan berbagai macam cara. Secara umum, penjualan produk Tiens sangatlah mudah. Ada yang dengan cara *online* seperti yang dijelaskan di atas, ada juga yang *offline*. Cara *online* yang digunakan yaitu dengan promosi di media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Shopee*, dll. Dimana penjualan dengan cara *offline* biasanya dengan melakukan promosi secara langsung dengan *customer* dan dengan cara COD (*Cash On Delivery*).

Apabila terdapat *customer* di luar daerah, *customer* harus transfer terlebih dahulu ke nomor rekening penjual atau distributor. Kemudian

---

<sup>151</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5, hlm. 5-6.

distributor mengirimkan barang atau produknya dengan jasa pengiriman. Beban biaya pengiriman ditanggung oleh pembeli langsung. Yang pastinya para distributor memasarkan produknya dengan memperhatikan hak dan kewajiban baik dari penjual dan pembeli seperti yang dijelaskan pada Undang-Undang di atas.

Dalam UU No 80 Tahun 2019 juga mengatur tentang pengiriman barang yang dipesan oleh pembeli atau konsumen yaitu pada Pasal 63 ayat (2) yang berbunyi:

Pengiriman barang dan/atau jasa dapat dilakukan dengan menggunakan jasa kurir atau dengan menggunakan mekanisme pengiriman barang dan/atau jasa lainnya sesuai dengan standar pengiriman barang dan/atau jasa sebagaimana diatur oleh ketentuan peraturan perundang-undangan.<sup>152</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 81 tentang serah terima barang, yaitu:<sup>153</sup>

1. Setelah akad dilakukan, pembeli wajib membayar barang dan penjual wajib menyerahkan uang
2. Tata cara serah terima barang bergantung pada sifat, jenis, dan/atau kondisi barang yang dijual tersebut
3. Tata cara serah terima barang sebagaimana dimaksud poin (b) wajib memerhatikan kebiasaan dan kepatutan dalam masyarakat.

Para distributor dalam melakukan penjualan juga sudah sesuai seperti pada pasal 81 KHES. Dalam melakukan serah terima barang juga sudah

---

<sup>152</sup> Anonim, "Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019", *m.hukumonline.com*, diakses pada tanggal 05 Juni 2020 pukul 17.00 WIB, hlm. 19.

<sup>153</sup> Tim Penyusun KHES, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, hlm. 36-37

sesuai kesepakatan antara si penjual dan pembeli. Seperti yang dijelaskan pada pasal 82 KHES yaitu:

Apabila pembeli berada pada pelataran, atau di tanah yang akan dijual, atau apabila pembeli dari jarak dekat bisa melihat sebidang lahan atau tempat tersebut, setiap izin yang diberikan oleh penjual untuk menerima penyerahan barang dianggap sebagai penyerahan barang tersebut.<sup>154</sup>

Pada pasal 83 ayat (1) yang berbunyi: “Dalam pembayaran tunai, penjual berhak menahan barang sampai pembeli membayar keseluruhan harga yang telah disepakati”.<sup>155</sup> Para pelaku sudah melakukannya secara baik dan benar seperti yang dikatakan pada pasal tersebut. Para pelaku menggunakannya apabila dengan cara COD atau *Cash On Delivery*.

Selain diatur pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, dalam penjualan dengan menggunakan media sosial pemerintah Indonesia membuat aturan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sisten elektronik. Pada Pasal 1 ayat (2) menjelaskan bahwa “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”<sup>156</sup>

Dalam melakukan *Cash On Delivery* (COD) di Indonesia harus disesuaikan dengan Pasal 52 PP No 80 Tahun 2019.

Kontrak elektronik sah dan mengikat para pihak apabila:<sup>157</sup>

1. Sesuai dengan syarat dan kondisi dalam Penawaran Secara Elektronik

---

<sup>154</sup> Tim Penyusun KHES, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, hlm. 37.

<sup>155</sup> Tim Penyusun KHES, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, hlm. 37.

<sup>156</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 1 Ayat (2), hlm. 1.

<sup>157</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 55, hlm. 16.

2. Informasi yang tercantum dalam Kontrak Elektronik sesuai dengan informasi yang tercantum dalam Penawaran Secara Elektronik
3. Terdapat kesepakatan para pihak, yaitu syarat dan kondisi penawaran yang dikirimkan oleh pihak yang menyampaikan penawaran, diterima dan disetujui oleh pihak yang menerima tawaran
4. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
5. Terdapat hal tertentu, dan
6. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Penjual produk Tiens juga sebagian besar merupakan seorang muslim. Seorang muslim dalam memasarkan barang dilarang menggunakan sumpah palsu, sebagaimana dalam hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah. Hadis riwayat Bukhari nomor 2087 dan Muslim nomor 1606, Rasulullah SAW bersabda:

الحَلْفُ مُنْفَقَةٌ لِلسَّلْعَةِ، مُمَحَقَّةٌ لِلْبَرَكَاتِ

Sumpah itu melariskan barang dagangan, namun menghilangkan keberkahan.<sup>158</sup>

Berdasarkan hadis di atas, sumpah yang ditujukan untuk melariskan barang dagangan, baik itu sumpah jujur atau pun sumpah palsu, itu akan menghilangkan keberkahan harta yang didapat. Para pedagang harus memperhatikan hal tersebut supaya dapat mendatangkan keberkahan dari Allah SWT.

---

<sup>158</sup> M Saifudin Hakim, “Sumpah Dusta untuk Melariskan Barang”, *muslim.or.id*, diakses pada tanggal 01 Juni 2020 pukul 20.00 WIB.

Untuk penjual atau para pelaku usaha dalam memperdagangkan barang diatur dalam UU No 8 Tahun 1999 guna untuk melindungi para konsumen. Disebutkan dalam pasal 8, pasal 9 ayat (1), dan pasal 17.

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:<sup>159</sup>

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
6. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
7. Tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut

---

<sup>159</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8, hlm. 7-8.

8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat
10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:<sup>160</sup>

1. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu
2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru
3. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu
4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia

---

<sup>160</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 9 Ayat (1), hlm. 9-10.

6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu
9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:<sup>161</sup>

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa
2. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa
4. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa
5. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan

---

<sup>161</sup> Undang-Undang (UU) tentang Perlindungan Konsumen Pasal 17, hlm. 12-13.

Dalam ketentuan hukum Islam untuk melakukan transaksi perdagangan tidak boleh mengandung unsur *garar*, *maysir*, *riba*, *darar*, *zulm*, dan *maksiat*.<sup>162</sup> Seperti yang sudah dijelaskan di atas, terdapat hal-hal yang harus dilakukan dan dilarang bagi penjual dan pembeli. Di Indonesia sendiri pada khususnya sudah diatur dalam Undang-Undang dan peraturan yang lain.

Menurut teori *al-ẓarī'ah* dalam kalangan Syafi'iyah berpendapat bahwa dalam sebuah akad yang menjadi ukuran sahnya adalah syarat dan rukunnya. Selama syarat dan rukunnya telah terpenuhi, maka jual beli dianggap sah. Adanya kemungkinan tujuan tersembunyi di balik yang lahiriah dari kedua belah pihak, karena tidak dapat dipastikan, tidak berpengaruh kepada sahnya akad jual beli.<sup>163</sup> Maka dari itu dalam penjualan produk Tiens ini tidak ada motif, tujuan dan kemafsadatan yang berdampak kepada sesuatu yang diharamkan. Maka produk Tiens tidak termasuk dalam *fath al-ẓarī'ah* yang dapat membuka jalan menuju kepada kebaikan. Dan hukumnya adalah halal, karena jalan menuju keburukan itu harus ditutup dan jalan yang menuju kebaikan harus dibuka.

#### D. Tinjauan *al-Ẓarī'ah* pada Jenjang Karir

Jenjang karir dalam bisnis Tiens tidak melihat dari latar belakang, pendidikan, usia, status sosial ataupun gender. Siapapun boleh mengikuti

---

<sup>162</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah".

<sup>163</sup> Satria Effendi, *Ushul Fiqh* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 175.

bisnis Tiens tersebut. Pada bisnis Tiens ini dalam menentukan bonus sudah dengan menggunakan layanan web. Mereka dapat melihat besarnya bonus yang diberikan oleh perusahaan dengan *log in* di web tersebut. Web yang digunakan oleh perusahaan Tiens yaitu TMIS (*Tiens Mobile Information System*). TMIS ini berguna untuk memudahkan para distributor dalam memantau jaringannya di bulan berjalan.

Seseorang apabila ingin tingkatannya bertambah, maka harus dengan mengumpulkan beberapa poin. Poin akan bertambah jika penjualan akan naik dan *downline* juga baik dalam penjualannya. Bonus yang di dapatkan atas prestasi yang didapatkan yaitu berupa uang, motor scoopy, *trip* ke luar negeri, umroh, luxury car BMW 320i sport, dan masih banyak lagi. Banyaknya poin akan mempengaruhi besarnya bonus yang akan didapatkan.

Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.<sup>164</sup> Di perusahaan Tiens ini dalam mendapatkan bonus sudahlah jelas bentuk bonus yang akan didapat. Dalam pengadaan bonus ini menurut peneliti guna untuk memotivasi para penjual atau distributor dalam memasarkan produknya. Sehingga para penjual atau distributor akan melebihi target dari penjualannya.

Cara yang dilakukan distributor untuk mendapatkan bonus berbeda-beda. Di perusahaan Tiens ini tidak membedakan antara *upline* dan *downline*. Dimana *upline* masih harus terus menjual produknya guna salah satu syarat

---

<sup>164</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”

untuk mendapatkan bonus dan menaikkan level. Salah satu *leader* menuliskan *marketing plan* dengan paket-paket sebagai berikut:<sup>165</sup>

Paket Membership	BV	Investasi (Paket Produk)	Bonus Pasangan Max/Minggu/Pasangan
Bronze	1.300	± Rp 1,4 juta	Rp 10,4 juta
Silver	2.600	± Rp 2,8 juta	Rp 20,8 juta
Gold	5.200	± Rp 5,7 juta	Rp 39 juta
Platinum	10.400	± Rp 11,4 juta	Rp 65 juta

Cara yang dilakukan distributor dalam mendapatkan bonus tidak ditemukan kejanggalan. Hal tersebut seperti yang sudah dijelaskan pada fatwa MUI No 75 yaitu terdapat komisi dan bonus dalam sistem penjualan MLM ini. Maka dari itu dalam jenjang karir di PT Tiens ini tidak ada motif dan tujuan yang berdampak pada kemafsadatan. Maka jenjang karir ini termasuk dalam *fatḥ al-zarī'ah*, yaitu dapat membuka jalan menuju kepada kebaikan dan hukumnya adalah halal. Karena jalan menuju kebaikan itu harus dikerjakan dan jalan yang menuju keburukan harus ditinggalkan.

**IAIN PURWOKERTO**

<sup>165</sup> Farid akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", hlm. 43.

## 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-zarī'ah* dan termasuk dalam *fath al-zarī'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](http://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](http://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](http://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](http://www.semanticscholar.org).

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