

**TINJAUAN FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG
PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH
TERHADAP STRATEGI PENJUALAN PADA PRODUK *TUPPERWARE*
DI AGEN “ALFIN TUPPY” JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh :

NURIL CHAFIDOH
NIM 210216108

Pembimbing :

Hj. ATIK ABIDAH, M.S.I
NIP. 197605082000032001

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2020

**TINJAUAN FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG
PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH
TERHADAP STRATEGI PENJUALAN PADA PRODUK *TUPPERWARE*
DI AGEN “ALFIN TUPPY” JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Oleh :

NURIL CHAFIDOH
NIM 210216108

Pembimbing :

Hj. ATIK ABIDAH, M.S.I
NIP. 197605082000032001

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2020

ABSTRAK

Chafidoh, Nuril, 2020. Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Atik Abidah, M.S.I.

Kata Kunci : *Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009, Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Star Chart, Strategi Penjualan.*

Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menjelaskan mengenai metode penjualan barang dan produk jasa dengan pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing*. Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang adalah salah satu agen penjualan produk wadah makanan yang menggunakan sistem penjualan langsung berjenjang. Strategi yang digunakan yaitu dengan mengadakan kegiatan disertai pengumpulan dana kemudian mengalokasikan sebagian dananya untuk biaya pembelian produk *Tupperware* sendiri yang akan diberikan kepada yang berhak. Dan juga adanya target pembelian produk *Tupperware* untuk mendapatkan bonus *star chart*. Dengan adanya target mendapatkan bonus maka akan mempengaruhi daya tarik yang kemungkinan memiliki dampak berlebihan bagi konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap strategi penjualan pada produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang? (2) Bagaimana tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap akad sistem *Star Chart* pada produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang?

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deduktif yaitu pembahasan yang diawali dengan mengemukakan dalil-dalil, teori-teori atau ketentuan yang bersifat umum dan selanjutnya dikemukakan kenyataan yang bersifat khusus.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan pada produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang dengan mengadakan kegiatan dan mengumpulkan dana untuk pemberian produk *Tupperware* telah sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 karena tidak mengandung unsur *garār*, *maysir*, *darar*, *zulm*, maksiat, riba serta tidak ada kenaikan harga atau biaya berlebihan (*excessive mark up*) yang dapat merugikan konsumen, kemudian dalam akad sistem *Star Chart* juga sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 karena dalam praktiknya selama *igra*’ (iming-iming) digunakan sebagai motivasi, tidak menimbulkan dampak negatif dan tidak melupakan tujuan asasi untuk dekat kepada Allah maka diperbolehkan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Nuril Chafidoh

NIM : 210216108

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* "Alfin Tuppy" Jombang

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munaqasah*.

Ponorogo, 09 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Menyetujui,

Pembimbing



Hj. Atik Abidah, M.S.I.
NIP 197605082000032001

Hj. Atik Abidah, M.S.I.
NIP 197605082000032001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Proposal atas nama saudara :

Nama : Nuril Chafidoh
NIM : 210216108
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* "Alfin Tuppy" Jombang

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 26 Agustus 2020

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada :

Hari : Senin
Tanggal : 14 September 2020

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Rifah Roihanah, S.H, M.Kn.
2. Penguji 1 : Martha Eri Safira, M. H.
3. Penguji 2 : Hj. Atik Abidah, M.S.I.

()
()
()

Ponorogo, 14 September 2020

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah,




Moh. Munir, Lc., M. Ag.

NIP. 196807051999031001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nuril Chafidoh

NIM : 210216108

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman
Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi
Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware*
"Alfin Tuppy" Jombang

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya jadikan sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Jika dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil pengambil alihan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Ponorogo, 18 September 2020

Yang menyatakan,



Nuril Chafidoh
210216108

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nuril Chafidoh

Nim : 210216108

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Judul : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing, selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan penulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 08 Oktober 2020

Yang Membuat Pernyataan



Nuril Chafidoh
210216108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang komprehensif yang mengatur semua aspek kehidupan manusia yang telah disampaikan oleh Rasulullah, Muhammad SAW. Salah satu bidang yang diatur adalah masalah aturan atau hukum, baik yang berlaku secara individual maupun sosial, atau lebih tepatnya Islam mengatur kehidupan bermasyarakat. Islam sebagai agama realistik artinya hukum Islam tidak mengabaikan kenyataan dalam setiap perkara yang diharamkan dan yang diharamkannya, juga tidak mengabaikan realitas dalam setiap peraturan dan hukum yang ditetapkannya, baik untuk individu, keluarga, masyarakat maupun umat manusia.¹

Berdasarkan pada penyelidikan hukum-hukum amaliyah yang memenuhi syarat untuk digunakan sebagai sumber dalil-dalil syar'i adalah: *al-Qurān*, Sunnah, *ijmā'*, dan *qiyās*. Oleh sebagian besar ulama, keempat sumber tersebut disepakati sebagai sumber dalil. Dengan kata lain, jika terdapat permasalahan, maka upaya yang pertama kali dilakukan adalah mencari sumber dalil dalam *al-Qurān*. Jika dalam *al-Qurān* terdapat landasan hukumnya maka hukum tersebut harus dilaksanakan. Jika didalam *al-Qurān* tidak terdapat landasan hukumnya maka harus mencari dalil dalam Sunnah. Jika dalam Sunnah terdapat landasan hukumnya maka harus mematuhi ketentuan hukumnya, tetapi jika didalam Sunnah tidak terdapat ketentuan

¹ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 3.

hukumnya maka harus melihat *ijmā'* para sahabat nabi dan imam *mujtahid*. Apabila para sahabat dan imam mujtahid sudah melaksanakan *ijmā'* (kesepakatan) maka harus dilaksanakan. Tetapi bila mereka juga belum pernah membuat *ijmā'* maka perlu melakukan *ijtihad* dalam rangka menemukan hukum atas permasalahan tersebut dengan jalan *qiyās* kepada hukum yang terdapat dalil syar'inya.²

Di Indonesia, berdasarkan *ijmā'* dan *ijtihad* Majelis Ulama di Indonesia yang tergabung dalam Dewan Syariah Nasional, menuangkannya dalam hukum tertulis berbentuk fatwa-fatwa. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sebagai lembaga keislaman independen Indonesia telah memberikan banyak rekam jejak di Indonesia. Rekam jejak tersebut adalah mengeluarkan fatwa-fatwa yang dapat digunakan oleh masyarakat Islam Indonesia sebagai pedoman dalam berkehidupan.³

Setiap orang dalam menjalankan kehidupan pasti memiliki keinginan untuk bisa memenuhi kebutuhan, termasuk dalam hal ekonomi. Salah satu jalan yang ditempuh yaitu dengan mengikuti alur perkembangan zaman dalam menjalankan sebuah bisnis. Saat ini bisnis berbasis penjualan langsung (*direct selling*) terus tumbuh di tanah air. Baik berupa perusahaan konvensional maupun yang berbasis syariah. *Direct selling* sendiri, pengertiannya adalah penjualan barang dan atau jasa tertentu kepada konsumen dengan cara tatap muka dalam jaringan pemasaran yang oleh mitra

² Ibid., 5.

³ Diana Mutia Habibaty, "Peranan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Terhadap Hukum Positif Indonesia," *Jurnal Legislasi Indonesia*, 4 (Desember 2017), 447.

usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan dan iuran keanggotaan yang wajar. Walaupun sebenarnya berkembang pula persepsi negatif di kalangan masyarakat tentang bisnis ini, orang tetap beminat mendirikan perusahaan yang lebih dikenal dengan MLM (*Marketing Multi Level*).⁴

Sesuatu yang khas dari MLM adalah adanya sistem perjenjangan atau tingkatan untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. Seperti halnya meniti karir dalam bisnis konvensional, setiap distributor memulai karir dalam bisnis ini dari tingkat paling bawah. Menjalani langkah demi langkah, hingga ia berhasil naik peringkat, dan terus naik peringkat⁵

Salah satu produk MLM yang ada di Indonesia adalah produk yang dahulunya diprakarsai oleh Earl Silas Tupper pebisnis kelahiran Amerika Selatan tahun 1907, yang kemudian produknya kita kenal dengan nama *Tupperware*. Sejak usia 21 tahun, Tupper telah bergabung dengan perusahaan yang berbasis inovasi dan lewat berbagai riset yang dilakukan ia berhasil menemukan metode untuk memurnikan ampas biji hitam *polyethylene* (bahan dasar pembuat plastik) menjadi plastik *fleksibel*, kuat, tidak berminyak, bening, aman, ringan dan tidak berbau. Produk pertama yang diluncurkan oleh Tupper adalah wadah penyimpanan makanan *Wonderlier Bowl* dan *Bell Tumbler* dengan merek *Tupperware*.⁶

⁴ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Depok: QultumMedia, 2005), 116.

⁵ Ibid., 50.

⁶ “Tentang Kami,” dalam www.tupperware.co.id/tentang-kami, (diakses pada tanggal 11 Januari 2020, jam 20.44).

Produk plastik dengan merek Tupper mulai dijual tahun 1946 melalui toko dan katalog. Penyebaran katalog dilakukan dari tangan ke tangan, dari mulut ke mulut maka masyarakat menjadi paham apa itu *Tupperware*, bagaimana cara pemakaian barang *Tupperware* itu, serta memahami manfaat dari barang *Tupperware*. Selain memasarkan katalog *Tupperware*, cara menjualkan *Tupperware* bisa melalui *party* dari rumah ke rumah dengan membawa barang yang akan dipresentasikan atau dipromosikan untuk menarik para pembeli.⁷

Agen Alfin Tuppy Jombang adalah salah satu agen *Tupperware* yang secara sah terbentuk pada tahun 2019 dan dipelopori oleh Alfin Nurus Salamah yang beralamatkan di Desa Bareng Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. Dengan bermodalkan pengalaman yang telah beliau lalui, beliau mulai memfokuskan diri di *Tupperware*. Awal mulanya beliau memulai dengan membuat arisan *Tupperware*, mengadakan kegiatan-kegiatan *party* untuk mempromosikan produk *Tupperware*, menjalankan strategi-strategi penjualan *Tupperware* dan sekaligus menjaring beberapa peminat supaya menjadi member Agen Alfin Tuppy Jombang.

Adapun salah satu strategi penjualan pada produk *Tupperware* adalah mengadakan kegiatan *Tupperware* yang di dalamnya terdapat upaya pengumpulan dana yang nanti dalam pengalokasian dana tersebut sebagian digunakan untuk pemberian produk *Tupperware* kepada beberapa orang yang

⁷ Muhammad Luqman Wahid, Analisis Bisnis *Multi Level Marketing* Perusahaan *Herbalife Nutrition* Berdasarkan Fatwa MUI NO 75 /DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS, *Skripsi* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019), 4.

mengikutinya, hal ini secara tidak langsung, sama saja menjual produk sendiri dengan upaya mengumpulkan dana kemudian mengeluarkan produk yang dijual. Dengan adanya pengumpulan dana tersebut maka timbullah persepsi mengenai kesesuaian antara dana yang dikumpulkan dengan barang yang akan diberikan.

Strategi penjualan berikutnya yaitu adanya pemberian *star chart* bagi pembeli produk yang telah mencapai batasan pembelian dengan tingkatan tertentu. Menurut keterangan yang diberikan oleh Ibu Fitria sebagai seorang *Manager In Qualification (MIQ)* yaitu seorang *konsultan* yang ingin mengikuti program manager dengan memenuhi kualifikasi terlebih dahulu, *star chart* adalah tebus murah, dimana dengan menggunakan *star chart* maka bisa membeli produk tertentu berkode bintang dengan harga sesuai jumlah *star chart* yang tertera pada *katalog*. Pada dasarnya untuk mendapatkan *star chart* haruslah berbelanja terlebih dahulu dan mencapai target, setiap *downline* yang tertarik tentunya akan melakukan berbagai cara untuk bisa mencapai target supaya mendapatkan bonus *star chart*. Dalam pemberian *star chart* ini menimbulkan suatu tekanan dalam pencapaiannya, karena didalamnya juga terdapat ketentuan batas waktu pencapaian. Untuk itu sistem dalam pemberian *star chart* ini perlu diteliti untuk mengetahui bagaimana hukumnya.⁸

Adanya pemberian *star chart* bagi pemberi produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy inilah yang menarik untuk diteliti dan ditelaah berdasarkan fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung

⁸ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 1 Januari 2020.

Berjenjang Syariah yang diantaranya membahas komisi, bonus, serta mengenai tidak diperbolehkan adanya *excessive mark up* dan hal-hal lain yang saling berkaitan. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.

Adapun dalam pemberian komisi oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan *volume* atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Dalam hal menetapkan nilai-nilai *insentif* haruslah adil dan sesuai dengan kemampuan kerjanya. Bonus seorang *Up-line* tidak boleh mengurangi hak *Down-linenya*, sehingga tidak ada yang didzalimi. Serta Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan⁹

Dalam hal ini pengertian dari *upline* adalah rekan kerja yang sudah mengajak seseorang untuk ikut menekuni usaha MLM dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki, serta membimbing rekan-rekannya disaat menjalankan bisnis. Sedangkan *downline* yakni orang yang di rekrut *upline* untuk dijadikan partner bisnis dalam membangun bisnis MLM mereka bersamasama. *Downline* juga bisa diartikan sebagai karyawan dalam bisnis

⁹ Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009.

konvensional. Struktur yang masuk dalam penelitian ini dimulai dari *manager*, *konsultan*, dan *member*.¹⁰

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan kajian tentang bagaimana tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap strategi penjualan produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang.

B. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan yakni meliputi :

1. Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menjelaskan mengenai metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jejaring pemasaran atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing*.
2. Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang adalah salah satu agen penjualan produk wadah makanan, dimana dalam pemasarannya menggunakan sistem *Multi Level Marketing*.
3. Mayoritas member dari Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang adalah seorang muslim.

¹⁰ Husnia, “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis NU Amoreo (Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada)” *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), 2.

4. *Star chart* adalah sebuah bonus yang dapat digunakan untuk menebus produk *Tupperware* dengan harga murah.
5. Strategi yaitu proses penentuan rencana yang fokus pada tujuan jangka panjang disertai penyusunan sebuah cara atau pendekatan untuk mencapai tujuan.
6. Sistem adalah satu kesatuan komponen yang saling berhubungan untuk memudahkan pencapaian tujuan dalam menerapkan strategi.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap strategi penjualan pada produk *Tupperware* di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang?
2. Bagaimana tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap akad sistem *Star Chart* pada produk *Tupperware* di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap strategi penjualan pada produk *Tupperware* di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang.
2. Untuk menjelaskan tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap akad sistem *Star Chart* pada pembelian produk *Tupperware*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis
 - a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan di bidang hukum ekonomi syariah terkait strategi penjualan yang dilakukan oleh salah satu produk penjualan langsung berjenjang syariah.
 - b. Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi kalangan akademisi maupun kalangan praktisi.
 - c. Menyadarkan masyarakat muslim untuk lebih kritis dalam menilai segala bentuk praktik muamalah yang ada di sekitar guna meningkatkan kesadaran hukum ekonomi Islam.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi PT *Tupperware*

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan demi meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen akan produk *Tupperware*.
 - b. Bagi *stakeholder Tupperware*

Mengetahui landasan hukum strategi yang dilakukan dalam usaha sehingga tidak hanya sekedar menjalankan bisnis tetapi juga tahu akan dasar rujukan hukumnya dalam Islam.

c. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat dengan praktik yang ada di dalam dunia bisnis sehari-hari.

F. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini bertujuan untuk mencari data yang tersedia dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji. Skripsi yang ditulis Ulfa Fadhilah Arafat, Analisis Fatwa DSN MUI NO 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun, masalah penelitian ini fokus pada pelaksanaan fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 tentang akad dalam jual beli, serta komisi dan bonus dalam transaksi pulsa Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Dari penelitian ini, yang pertama dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan akad yang meliputi akad *ba'i murābahah*, *wakālah bil ujarah*, *juā'lah*, dan juga *ijārah* pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) MLM DNI di Madiun telah sesuai dengan ketentuan akad yang telah ditetapkan oleh DSN MUI. Sistem pembagian komisi kepada anggota MLM DNI di Madiun telah sesuai dengan ketentuan fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, akan tetapi, pemberian bonus yang dilakukan oleh DNI belum sesuai dengan ketentuan karena seorang anggota akan tetap mendapatkan bonus walaupun dia tidak bertransaksi ataupun menjual produk dari DNI

selama anggota lain yang direkrutnya atau diajak dan berada dalam satu jaringan yang sama tetap melakukan transaksi.¹¹

Telaah pustaka kedua yakni dari skripsi yang ditulis oleh Khabib Muta'ali, Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo” studi kasus di Stokis HPAI cabang Ponorogo. Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana analisis terhadap penetapan harga terhadap member dan non member. Dalam penjualan produk dibedakan objeknya, maksudnya, harga yang ditetapkan untuk penjualan produk dibedakan bagi member dan non member. Bagi non member diberikan harga normal, tetapi bagi member ada potongan harga tersendiri. Setelah melakukan penelitian dan menganalisis permasalahan berdasarkan data yang ada dan diperoleh di lapangan, secara hukum Islam penetapan harga pada Stokis HPAI Kurnia Ponorogo adalah diperbolehkan karena member secara otomatis menjalankan fungsi perusahaan, tidak ada unsur *gharār* atau penipuan.¹²

Telaah selanjutnya yakni skripsi dari Titik Nur Laila Husna, Pengaruh Motivasi Kerja, *Brand Image* Dan Pemberian Bonus Terhadap Keputusan Menjalankan Bisnis *Multi Level Marketing Tupperware* Di Ponorogo dengan masalah pengaruh motivasi kerja, *brand image*, bonus secara parsial terhadap pengambilan keputusan menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* produk

¹¹ Ulfa Fadhilah Arafat, “ Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo,2018), 65-66.

¹² Khabib Muta'ali, “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2016).

Tupperware. Hasil penelitian ini adalah secara parsial ketiga-tiganya berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* produk *Tupperware*.¹³

Dalam telaah pustaka yang telah ada, memang sudah banyak dari karya ilmiah yang membahas tentang bisnis penjualan langsung berjenjang syariah. Namun yang dibahas dalam penelitian sebelumnya berkaitan dengan akad dan system keuntungan serta hal-hal yang berkaitan. Sedangkan dalam penelitian kali ini akan dibahas mengenai strategi penjualan yang dilakukan oleh bisnis MLM dan dikaji sesuai fatwa yang telah dikeluarkan oleh DSN MUI. Maka dari itu penulis akan mengangkat masalah ini dengan judul “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang

G. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dalam masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat.

Meskipun penelitian ini berbasis penelitian lapangan, penulis juga

¹³ Titik Nur Laila Husna, “Pengaruh Motivasi Kerja, *Brand Image* dan Pemberian Bonus Terhadap Keputusan Menjalankan Bisnis *Multi Level Marketing Tupperware* Di Ponorogo” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 83-84.

menggunakan sumber-sumber data kepustakaan dengan memanfaatkan buku-buku, hasil penelitian, dan internet untuk menelaah hal-hal yang berkenaan dengan bisnis *Multi Level Marketing*.¹⁴

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan *kualitatif* yaitu tata cara penelitian dengan menggunakan pengamatan atau wawancara karena penelitian akan meneliti langsung mengenai strategi penjualan MLM pada Produk *Tupperware* di Alfin Tuppy Jombang.

2. Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti berfungsi sebagai *observer*. Yakni peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan tempat dilaksanakannya penelitian.

3. Lokasi Penelitian

Rumah manager *Tupperware* di Dusun Mojotengah RT.02/RW 02 Desa Mojotengah Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur dan rumah konsultan di Desa Ngoro Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur serta beberapa rumah member serta non member yang mayoritas masih dalam lingkup daerah Kabupaten Jombang.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Adapun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹⁴ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 21.

1. Data tentang akad sistem *Star Chart* pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang.
2. Data tentang strategi penjualan pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang yang ditinjau dengan Fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009.

b. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dari sumber asli. Dalam hal ini, proses pengumpulan datanya dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara pada pihak manager, konsultan, member dan non member *Tupperware* Jombang.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini biasanya sebagai pelengkap dari data primer.

Data sekunder ini yang mendukung penelitian penulis, terdiri dari seluruh data yang berkaitan dengan teori-teori yang berhubungan dengan MLM serta jual beli sesuai dengan syariat

Islam yaitu Fatwa DSN MUI, buku tentang MLM, dokumentasi serta katalog yang telah di keluarkan oleh pihak *Tupperware*.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dengan jalan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam.¹⁵ Dalam hal ini wawancara akan dilakukan kepada manager *Tupperware* serta konsultan dan member.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau oleh orang lain tentang subyek penelitian.

6. Analisis Data

Dalam menganalisa data yang bersifat *kualitatif* akan dilakukan tiga tahapan, yaitu: *reduksi* data, *display* data dan mengambil kesimpulan dan verifikasi dalam proses analisa. Dalam proses *reduksi* data, bahan-bahan yang sudah terkumpul dianalisis, disusun secara sistematis, dan ditonjolkan pokok-pokok permasalahanya atau yang mana dianggap penting. Sedangkan *display* data merupakan proses pengorganisasian data

¹⁵ Irawan Soeharto, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 67.

sehingga mudah untuk dianalisis dan disimpulkan. Proses ini dapat dilakukan dengan cara membuat *matrik*, diagram, ataupun grafik. Kemudian data yang sudah difokuskan dan *ditipologikan* (dipolakan) akan disusun secara sistematis untuk disimpulkan sehingga makna data bisa ditemukan. Agar kesimpulan lebih mendalam dan akurat, maka data yang baru bisa digunakan sehingga hasil penelitian diharapkan akan lebih sempurna.¹⁶

Melalui tahapan kerja ini peneliti ingin mengungkapkan secara jelas permasalahan yang ada yaitu, terkait akad *star chart* dan strategi penjualan pada bisnis MLM produk *Tupperware*.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Kriteria yang digunakan dalam pengecekan data atau pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah pengecekan dengan kriteria kredabilitas. Kredabilitas adalah suatu kriteria untuk memenuhi bahwa data dan informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti dalam pemeriksaan keabsahan hanya menggunakan cara *triagulasi* karena cara ini merupakan cara yang paling sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Adapun yang dimaksud triangulasi yaitu verifikasi dengan menggunakan berbagai sumber informasi dan berbagai metode pengumpulan data. Sedangkan

¹⁶ Uifa Fadhilah Arafat, “ Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun”.,14.

triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: membandingkan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan dari wawancara dengan isi dokumen terkait, membandingkan apa yang di katakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, dan membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dari berbagai pendapat dan pandangan orang lain.¹⁷

H. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan pada skripsi ini, penulis akan membagi alur bahasan dalam lima bab yang terdapat sub-sub bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang pemilihan judul Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* “Alfin Tuppy” Jombang. Kemudian terdapat penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.¹⁸

BAB II : FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

¹⁷ M. Junaidi Ghony, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz, 2012), 322.

¹⁸ Ibid.

Bab ini berisi tentang uraian landasan teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini, menguraikan fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dasar hukum bisnis *Multi Level Marketing* serta sistem praktik *Multi Level Marketing*.

BAB III :PRAKTIK STRATEGI PENJUALAN PRODUK TUPPERWARE DI AGEN ALFIN TUPPY JOMBANG

Bab ini menguraikan tentang gambaran sejarah objek penelitian dan data-data yang relevan dengan penelitian yang akan dianalisis. Diantaranya menguraikan tentang praktik akad sistem *star chart* di Agen Alfin Tuppy Jombang serta strategi penjualan yang ada didalamnya.

BAB IV :ANALISIS FATWA No.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH PADA PRODUK TUPPERWARE DI AGEN ALFIN TUPPY JOMBANG

Bab ini berisi pembahasan data dan analisis fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap praktik akad sistem *star chart* pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang serta strategi penjualan yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan yang merupakan jawaban umum dari permasalahan yang ditarik dari hasil penelitian dan berikut saran-saran yang ditujukan bagi pihak-pihak terkait dengan permasalahan tersebut.



BAB II

FATWA No.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

A. Sejarah Lahirnya Fatwa

Fatwa menurut bahasa berarti jawaban mengenai suatu kejadian (peristiwa). Sedangkan menurut syara' adalah menerangkan hukum syara' dalam suatu persoalan sebagai jawaban dari suatu pertanyaan, baik si penanya itu jelas identitasnya maupun tidak, baik perseorangan maupun kolektif.¹

Secara istilah fatwa adalah sebuah jawaban resmi terhadap pertanyaan atau persoalan penting menyangkut dogma atau hukum, yang diberikan oleh seseorang yang mempunyai otoritas untuk melakukannya. Otoritas ini biasa kemudian dipegang oleh seseorang yang lazim disebut sebagai mufti. Sementara orang yang bertanya atau meminta fatwa disebut sebagai mustaftī. *Yūsuf Al-Qaraḍāwī* mengungkapkan bahwa *Iftā'* (pemberian fatwa) merupakan penjelasan hukum syariat tentang suatu persoalan sebagai jawaban terhadap pertanyaan seorang penanya, baik yang jelas maupun samar, individu maupun kolektif.²

¹ Yusuf Qardhawi, *Fatwa Antara Ketelitian dan Kecerobohan* (Jakarta: Gema Insani Press,1997), 5.

² Niki Alma Febriana Fauzi, "Fatwa di Indonesia: Perubahan Sosial, Perkembangan, dan Keberagaman," *Jurnal Hukum Novelty*, 1, (Februari 2017), 109.

Iftā' (pemberian fatwa) sendiri merupakan sebuah institusi yang sangat tua usianya dalam peradaban Islam sama tuanya dengan usia agama Islam itu sendiri. Posisi Nabi Saw sebagai kepala negara sekaligus pemimpin umat Islam saat itu cukup menjadi bukti bahwa beliau adalah mufti pertama dalam sejarah. Munculnya problematika di tengah para Sahabat waktu itu mendorong mereka untuk langsung bertanya dan meminta solusi kepada Muhammad Saw, yang kemudian penjelasan dan jawaban beliau terhadap pertanyaan tersebut menandai awal munculnya institusi pemberian fatwa. Setelah itu, koleksi fatwa muncul pada setiap zaman dari abad ke abad dalam sejarah Islam sejak dari koleksi fatwa '*Umar bin al-Khaṭṭab*' hingga berbagai koleksi fatwa kontemporer. Salah satu yang terkenal berasal dari zaman tengah adalah koleksi fatwa *Ibnu Taymiyyah*. Sementara di zaman modern, di antara himpunan fatwa yang memiliki pengaruh luas adalah koleksi fatwa *Dār al-Iftā'* di Kairo yang terdiri atas lebih dari 130 volume dan memuat fatwa lembaga tersebut selama satu abad lebih sejak 1895 hingga sekarang.³

Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia dalam hal pemberian fatwa (*Iftā'*) juga menjadi aktor penting dalam mewarnai perjalanan sejarah peradaban Islam. Ada paling tidak tiga lembaga fatwa dan dua fatwa individu yang menjadi rujukan umat Islam Indonesia selama satu abad terakhir. Tiga lembaga itu ialah Muhammadiyah, NU dan MUI. Sementara dua individu yang dimaksud ialah Ahmad Dahlan (mufti Mekah) dan Ahmad Hassan. Fatwa-fatwa tersebut menjadi respon atas keadaan dan

³ Ibid.

situasi sosial-keagamaan yang muncul di Indonesia. Tidak jarang pula dalam merespon suatu persoalan yang sama, lembaga fatwa atau mufti tersebut berbeda dalam memberikan jawaban atau penjelasan.⁴

Pada masa orde baru perkembangan fatwa di Indonesia pun mengalami perkembangan positif yaitu dengan dibentuknya Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 26 Juli 1975 (17 Rajab 1395 H).⁸ Dari sinilah babak baru perkembangan fatwa di Indonesia akan lebih mudah ditelusuri perkembangannya tanpa mengesampingkan lembaga-lembaga lain seperti NU dan Muhammadiyah yang juga mengeluarkan pandangan hukum atau respon dari persoalan masyarakat muslim di Indonesia.⁵

Latar belakang berdirinya MUI melihat pada kebanyakan fatwanya didorong oleh 4 (empat) hal, yaitu memelihara hubungan baik dengan pemerintah. Waspada pada ancaman kristenisasi, hasrat untuk dapat diterima dengan baik oleh organisasi Islam atau masyarakat Islam dan untuk menjawab tantangan zaman.⁶

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sebagai lembaga keislaman independen Indonesia telah memberikan banyak rekam jejak di Indonesia. Rekam jejak tersebut adalah mengeluarkan fatwa-fatwa yang dapat digunakan oleh masyarakat Islam Indonesia sebagai

⁴ Ibid., 110.

⁵ Fatkul Mujib, "Perkembangan Fatwa di Indonesia," *Nizham*, Vol. 04 No. 01, (Januari-Juni 2015), 100.

⁶ Atho Mudzhar, *Pendekatan Studi Islam Dalam Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2008), 251.

pedoman dalam berkehidupan. Ada beberapa pihak menganggap bahwa fatwa MUI merupakan suatu hal yang wajib dijalankan dan akan mendapatkan sanksi bila tidak mampu menjalankannya. Sementara itu bila kita lihat pengertian dari fatwa sendiri adalah anjuran ataupun himbauan, sehingga tidak ada sanksi tertentu bila seseorang maupun masyarakat tidak mematuhi.⁷

MUI berdiri pada tanggal 26 Juli 1975, sebagai hasil dari pertemuan atau musyawarah para ulama, cendekiawan dan zu'ama yang datang dari penjuru tanah air antara lain meliputi 26 provinsi di Indonesia pada masa itu. 10 orang ulama yang merupakan unsur dari ormas-ormas Islam tingkat pusat, yaitu NU, Muhammadiyah, Syarikat Islam, Perti. Al Washliyah, Mathloul Anwar, GUPPI, PTDI, DMI, dan Al Ittihadiyah, 4 orang dari Dinas Rohani Islam, Angkatan Darat, Angkatan Udara, Angkatan Laut, dan POLRI serta 13 orang tokoh/ cendekiawan yang merupakan tokoh perorangan. Dari musyawarah tersebut dihasilkan sebuah kesepakatan untuk membentuk wadah tempat bermusyawarahnya para ulama, zuama dan cendekiawan muslim, yang tertuang dalam sebuah "Piagam Berdirinya MUI", piagam tersebut ditandatangani oleh seluruh peeserta musyawarah yang dikenal dengan Musyawarah Nasional Ulama I.⁸

Lahirnya MUI memiliki peran yang cukup penting bagi masyarakat muslim Indonesia, peran tersebut berupa :

⁷ Diana Mutia Habibaty, "Peranan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Terhadap Hukum Positif Indonesia," *Jurnal Legislasi Indonesia*, 4 (Desember 2017), 447.

⁸ Ibid.

1. Memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat Islam Indonesia dalam mewujudkan kehidupan beragama dan bermasyarakat yang diridhoi Allah SWT.
2. Memberikan nasihat dan fatwa mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada Pemerintah dan masyarakat.
3. Meningkatkan kegiatan bagi terwujudnya ukhuwah islamiyah dan kerukunan antar umat beragama dalam memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa.
4. Menjadi penghubung antara ulama dan umaro (pemerintah) dalam penerjemah timbal balik antara umat dan pemerintah guna mensukseskan pembangunan Nasional.
5. Meningkatkan hubungan dan kerjasama antar organisasi, lembaga islam dan cendikiawan muslimin dalam memberikan bimbingan dan tuntunan kepada masyarakat khususnya umat Islam dengan mengadakan konsultasi dan informasi secara timbal balik.

Dengan semakin maraknya pendirian MLM di Indonesia akhirnya pada tahun 2009 DSN MUI mengeluarkan fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Tujuan dari dikeluarkannya fatwa tersebut adalah untuk memberikan pedoman pada masyarakat umum agar tidak dirugikan dalam melakukan bisnis MLM.⁹

Adapun pertimbangan DSN MUI mengeluarkan fatwa tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) ialah agar pola penjualan penjualan

⁹ Hasanudi. Ichwan Sam, dkk, Himpunan Fatwa Keuangan Syariah (Jakarta : Erlangga, 2014), 806.

berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing* yang telah di praktikkan oleh masyarakat yang semakin berkembang sedemikian rupa dengan inovasi dan pola yang beragam tidak merugikan masyarakat dan tidak mengandung hal-hal yang diharamkan dan agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹⁰

B. Mekanisme dan Kedudukan Fatwa

Menurut pedoman tata cara penetapan fatwa, setiap masalah yang dibahas di Komisi fatwa haruslah memperhatikan Al-Qur'an, Sunnah, *ijmā'* dan *qiyās*. Di samping itu Komisi Fatwa ini juga harus memperhatikan pendapat-pendapat imam madzhab dan *fuqaha'* terdahulu dengan mengadakan penelitian terhadap dalil-dalil dan *wajah istidlāl nya*¹¹

Bila istilah sumber hukum itu dikaitkan dengan kenyataan yang diinginkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), maka pedoman tentang tata cara penetapan fatwa menyebutnya dengan istilah “dasar- dasar fatwa”. Pedoman tersebut secara eksplisit menyebutkan bahwa dasar-dasar fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah Al-Qur'an, Sunnah, *ijmā'*, dan *qiyās* ini berarti bahwa ada empat dasar utama yang harus dipegang dan dijadikan sebagai sumber pokok dalam berijtihad atau sebagai sumber hukum dalam *beristidlal*. Istilah lain untuk menyebutkan “sumber hukum” itu ialah “dalil

¹⁰ Ibid., 809.

¹¹ Helmi Karim, *Konsep Ijtihad Majelis Ulama Indonesia Dalam Pengembangan Hukum Islam*, (Pekanbaru : SusqanPress, 1994), 114.

hukum”.¹²

Secara eksplisit dikatakan bahwa metode yang ditempuh oleh Komisi Fatwa MUI bukan merupakan metode baru. Dalam membahas suatu masalah untuk ditetapkan hukumnya, lembaga ini tidak memakai suatu kaidah baru yang berbeda dengan kaidah-kaidah yang dibangun oleh mujtahid-mujtahid terdahulu. Ketika melakukan pembahasan suatu persoalan, MUI sangat memperhatikan *manhaj* apa yang relevan untuk mereka pakai dalam suatu proses pembahasan masalah yang sedang dihadapinya. Karena itulah, akan ditemui bahwa lembaga ini adakalanya memakai *istihsān*, *istislāh* atau metode-metode *istinbāt* lainnya.

Fatwa seringkali menjadi medan wacana para ulama ushul fiqh dalam karya-karya monumental. Dalam perspektif para ulama ushul fiqh, fatwa dimaknai sebagai pendapat yang dikemukakan mujtahid sebagai jawaban atas pertanyaan yang diajukan *mustafti* pada suatu kasus yang sifatnya tidak mengikat. *Mustafti* bisa bersifat individual, institusi atau kelompok masyarakat. Produk fatwa tidak mesti diikuti oleh *mustafti*, karenanya fatwa tidak memiliki daya ikat.

Fatwa menempati kedudukan penting dalam hukum Islam, karena fatwa merupakan pendapat yang dikemukakan oleh ahli hukum Islam (*fuqaha*) tentang kedudukan hukum suatu masalah baru yang muncul di kalangan masyarakat. Ketika muncul suatu masalah baru yang belum ada

¹² Ibid., 212.

ketentuan hukumnya secara eksplisit (tegas), baik dalam *al-Qur'ān*, *as-Sunnah* dan *ijma'* maupun pendapat-pendapat *fuqahā'* terdahulu, maka fatwa merupakan salah satu institusi normatif yang berkompeten menjawab atau menetapkan kedudukan hukum masalah tersebut. Karena kedudukannya yang dianggap dapat menetapkan hukum atas suatu kasus atau masalah tertentu, maka para sarjana Barat ahli hukum Islam mengkategorikan fatwa sebagai *jurisprudensi* Islam.¹³

Sehubungan dengan hal di atas, maka fatwa bisa diartikan sebagai penjelasan hukum syariat atas persoalan tertentu, sehingga kaedah pengambilan fatwa tidak ubahnya dengan kaedah menggali hukum-hukum syariat dari dalil-dalil syariat (*ijtihad*). Pasaunya, satu-satunya cara untuk mengetahui hukum syariat dari dalil-dalil syariat adalah dengan *ijtihad*, dan tidak ada cara lain. Oleh karena itu, seorang *mufti* (pemberi fatwa) tidak ubahnya dengan seorang *mujtahid* yang mencurahkan segala kemampuannya untuk menemukan hukum dari sumber hukum Islam, yakni *al-Qur'ān* dan *Hadist*.¹⁴

C. Dasar Hukum Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Dalam kinerjanya, komisi fatwa MUI mempunyai mekanisme dan prosedur penetapan fatwa yang menjadi pedoman dalam mengeluarkan fatwa.

¹³ M. Erfan Riadi, "Kedudukan Fatwa Ditinjau dari Hukum Islam dan Hukum Positif (Analisis Yuridis Normatif)," *Ulumuddin*, VI, (Januari-Juni 2010), 472.

¹⁴ *Ibid.*

Menurut K.H. Ma'ruf Amin penetapan fatwa harus didasarkan pada dalil, baik al-Quran, Hadits, maupun dalil hukum lainnya, karena itu diperlukan prosedur penetapan fatwa untuk menghindari *tahakkum* yang artinya membuat-buat hukum maksudnya menyatakan hukum tanpa mendasarkannya pada dalil-dalil hukum.¹⁵

Perbuatan *tahakkum* harus dihindari karena Allah secara tegas melarangnya dalam Firman-Nya Surat an-Nahl ayat 116 :

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِّتُفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ
الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

“Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta “Ini halal dan ini haram; untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.” (QS. An-Nahl:116).¹⁶

Dasar hukum Fatwa Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah :¹⁷

1. Firman Allah SWT, antara lain:

a. QS. An-Nisa (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْعَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

¹⁵ Ma'ruf Amin, *Pengantar Dalam Buku Himpunan Fatwa MUI* (Jakarta : Departemen Agama, 2003), vii.

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang : Karya Toha Putra, 2002), 280.

¹⁷ Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009.

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.

b. QS. Al-Maidah (5): 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

c. QS. Al-Maidah (5): 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ
وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ ۙ إِن قَوْمٌ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن
تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدُونِ ۚ
وَآتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

d. QS. Al-Muthaffifiin (83): 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ
وَرَّوَّهُمْ يُخْسِرُونَ

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

e. QS. Al-Baqarah (2): 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَن تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَقَضْتُم مِّنْ عَرَفَاتٍ
فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِن كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ
لَمِن الضَّالِّينَ

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.

f. QS. Al-Baqarah (2): 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

g. QS. Al-Baqarah (2): 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِنَّ رُءُوسَ أَمْوَالِكُمْ
لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

h. QS. Al-Maidah [5]: 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ
الشَّيْطَانِ فَأَجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

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

2. Hadith Nabi

المُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلًا لَّا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذي
(عن عمرو بن عوف).

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

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ (رواه ابن ماجه والدارقطني وغيرهما عن أبي سعيد الخدري

"Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain." (HR. Ibnu Majah, Daraquthni, dan yang lain dari Abu Sa'id al-Khudri)

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ
(أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا (رواه ابو داود عن أبي هريرة

"Allah s.w.t. berfirman, "Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka." (HR. Abu Dawud, yang dishahihkan oleh al Hakim, dari Abu Hurairah)

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْعُرَرِ (رواه
(الخمسة عن أبي هريرة

"Nabi SAW melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli gharar."(HR. Khomsah dari Abu Hurairah)

(مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة

"Barang siapa menipu kami, maka ia tidak termasuk golongan kami." (Hadis Nabi riwayat Imam Muslim dari Abu Hurairah)

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ وَمَهْرِ الْبَغِيِّ وَحُلْوَانِ الْكَأِ
(هِنْ) (متفق عليه)

"Nabi SAW melarang (penggunaan) uang dari penjualan anjing, uang hasil pelacuran dan uang yang diberikan kepada paranormal." (Muttafaq 'alaih)

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْحِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ؛ فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ
أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا الشُّفْنُ وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا
النَّاسُ؟ فَقَالَ لَا، هُوَ حَرَامٌ. ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ:
قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا ثُمَّ بَاعُوهَا فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ (متفق
عليه)

"Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung-patung. Rasulullah ditanya, "Wahai Rasulullah. Tahukah Anda tentang lemak bangkai, ia dapat dipakai untuk mengecat kapal-kapal, untuk meminyaki kulit-kulit dan dipakai untuk penerangan (lampu) oleh banyak orang?" Nabi SAW menjawab, "Tidak ! Ia adalah haram." Nabi SAW. kemudian berkata lagi, "Allah memerangi orang-orang Yahudi karena ketika Allah mengharamkan lemak bangkai kepada mereka, mereka mencairkannya dan menjualnya, kemudian mereka memakai hasil penjualannya." (Muttafaq 'alaihi)

(لَعَنَ اللَّهُ الرَّأْسِيَّ وَالْمُرْتَشِيَّ) (رواه أحمد والترمذی)

"Allah melaknat pemberi dan penerima risywah." (HR. Ahmad dan al-Tirmidzi)

3. Kaidah Fikih:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها.

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

الأجر على قدر المشقة.

"Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)"

D. Ketentuan-Ketentuan dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

a) Ketentuan umum

Sebuah perusahaan MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik dalam produk yang dijual maupun operasionalnya, apabila memenuhi 12 poin seperti yang ditetapkan oleh DSN-MUI dengan ketentuan umum sebagai berikut :¹⁸

1. 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.
2. 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.

¹⁸ Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/2009.

3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangundangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan.
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. 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.
8. *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
9. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/ pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai

kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

10. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.

11. *Member Get Member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.

12. Mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/*retailer* yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

b) Ketentuan hukum

Adapun ketentuan hukum yang berlaku dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah adalah :

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharār*, *maysir*, *dharar*, *zulm*, maksiat, riba.
4. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau

produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS. Dalam hal menetapkan nilai-nilai insentif haruslah adil dan sesuai dengan kemampuan kerjanya. Bonus seorang *Up-line* tidak boleh mengurangi hak *Down-linenya*, sehingga tidak ada yang didzalimi.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *igra*'.
9. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan Aqidah, Syariah, dan Akhlak Mulia, seperti Syirik, Kultus, Maksiat.
11. Setiap mitrausaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Pada dasarnya transaksi dalam perdagangan tidak diperbolehkan mengandung unsur *garār*, *maysir*, *dharar*, *zulm*, maksiat, riba. Menurut Imam *Syaḥī'i*, *garār* adalah apa-apa yang akibatnya tersembunyi dalam pandangan kita dan akibat yang paling mungkin muncul adalah yang paling kita takuti (tidak dikehendaki). Berdasarkan hukumnya *garār* terbagi menjadi tiga :¹⁹

1. *Garār* yang diharamkan secara ijma ulama, yaitu *garār* yang menyolok yang sebenarnya dapat dihindari dan tidak perlu dilakukan. Contoh : jual beli *mulamasah*.
2. *Garār* yang dibolehkan secara ijma ulama, yaitu *garār* ringan, para ulama sepakat jika suatu *garār* sedikit maka ia tidak berpengaruh untuk membatalkan akad. Contoh : seseorang membeli rumah dengan tanahnya.
3. *Garār* yang masih diperselisihkan, apakah diikutkan pada bagian pertama atau kedua. Misalnya ada keinginan menjual sesuatu yang terpendam ditanah, seperti kacang tanah, bawang, dan lain-lain.

Maysir adalah transaksi yang digantungkan pada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan. Dengan kata lain yang dimaksud dengan *maysir* adalah perjudian. Agar bisa dikategorikan judi harus ada tiga unsur untuk dipenuhi : pertama, adanya taruhan harta atau materi yang berasal dari dua pihak yang berjudi. Kedua, adanya suatu

¹⁹Ash-Shawi, Problematika Investasi Pada Bank Islam Solusi Ekonomi, terj. Rafiqah Ahmad, et.al. (Jakarta : Migunani, 2008), 289.

permainan yang digunakan untuk menentukan pemenang dan yang kalah. Ketiga, pihak yang menang mengambil harta (sebagian/seluruhnya) yang menjadi taruhan sedangkan pihak yang kalah kehilangan hartanya.²⁰

Dharar menurut Ahmad Muwafi yaitu suatu keadaan yang buruk yang dialami manusia karena berkurangnya haknya, (berkurang) miliknya, tertimpa penceklik (musibah kekeringan), mengalami kefakiran, kesulitan, atau adanya kebutuhan dalam rangka melindungi yang lain, atau karena adanya konflik yang berdampak buruk atau terjadi karena sesuatu yang kebalikan (dari sesuatu yang manfaat) secara umum. Ahmad Muwafi juga menyampaikan pengertian *dharar* yang lebih singkat, yang antara lain disampaikan oleh Najm al-Din al-Thufi, menyatakan bahwa *dharar* adalah melahirkan kesulitan bagi pihak lain secara mutlak.²¹

Dharar berarti mengurangi hak pihak lain, Al-Hafizh al-Manawi, dalam kitab *Faydh al-Qadir Syarh al-Jammi al-Shaghir* (6/431) menjelaskan bahwa arti *la dharar* adalah seseorang tidak boleh mempersulit pihak lain yakni tidak boleh mengurangi bagian atau hak pihak lain. Disamping itu dijelaskan pula bahwa arti *dharar* berdasarkan kebiasaan adalah mengurangi hak pihak lain atau kehormatannya. Hal yang sama dikemukakan pula oleh Sa'd al-Din Mas'ud Ibn Umar al-

²⁰ Azzam Abdul, *Fiqh Muamalat System Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: AMZAH, 2010), 215.

²¹ Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyah Prinsip-Prinsip Perjanjian* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018), 250.

Taftanzani dalam kitab *Syarh al-Hadith al-Arba'in*.²² *Dharar* yang diterima public di Indonesia di respon Majelis Ulama' Indonesia dengan menerbitkan sejumlah fatwa yang berkaitan denngan pencegahan *dharar*. Ahmad Muwafi menjelaskan bahwa perbuatan yang mengandung *dharar* sehingga dilarang dalam syariah terdiri atas *riba*, *gharar*, *ghisysy* (penipuan), *tadlis* (khianat) dan *taghrir*, *ihtikar*, penimbunan, *ghasb* (penggunaan barang secara *bathil*), *risywah* (suap), dan *muqamarah* (judi/*maisir*/untung-untungan).

c) Ketentuan akad

Ketentuan akad yang digunakan dalam PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) adalah :²³

1. Akad *bai'*/*Murābahah* yang merujuk pada substansi Fatwa No: 4/DSNMUI/IV/2000 tentang *Murābahah*, Fatwa No:16/DSNMUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murābahah*.
2. Akad *Wakālah bil Ujrah* merujuk pada substansi Fatwa No: 52/DSNMUI/ 2006 tentang *Wakālah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.
3. Akad *Juā'lah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 62/DSNMUI/ XII/2007 tentang Akad *Juā'lah*.
4. Akad *Ijārah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 9/DSNMUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijārah*.

²² Ibid. 264.

²³ Ibid.

5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

d) Ketentuan *Excessive Markup* dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Excessive markup berasal dari bahasa Inggris, *Excessive* berarti berlebihan dan *markup* berarti menaikkan sehingga *Excessive markup* berarti menaikkan yang berlebihan. Dalam hal ini yang dinaikkan secara berlebihan adalah harga suatu produk dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Yakni bahwa harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas atau manfaat yang didapat oleh konsumen sehingga konsumen tidak merasa dirugikan dengan besaran harga yang ditawarkan tersebut.

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata *thaman* atau *sir'u* yaitu nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka. Pemakaian kata *thaman* lebih umum dari pada *qimah* yang menunjukkan harga riil yang telah disepakati. Sedangkan *sir'u* adalah harga ditetapkan untuk barang dagangan. Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu maka semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Misalnya harga suatu barang, sewa rumah, biaya kuliah,

jasa dokter, termasuk dalam kategori harga. Semua itu merupakan nilai yang harus dibayar atas benda atau apa yang telah dilakukan.²⁴

Keuntungan merupakan bagian dari harga yakni selisih antara harga jual dan harga beli. Besaran dari keuntungan tidak dibatasi secara jumlah namun dibatasi pada cara perolehannya. Keuntungan tidak memiliki ukuran tertentu bahkan boleh saja mendapatkan keuntungan dalam jumlah berapapun yang terpenting adalah sama-sama rela dan tidak ada paksaan serta terpenuhinya syarat-syarat transaksi antara penjual dan pembeli.²⁵

Seorang penjual berhak memperoleh keuntungan asalkan yang diterima tersebut tidak merusak kepentingannya dan kepentingan pembelinya. Maka menurut Ibnu Taimiyah perlu diterapkan keuntungan yang adil, yakni keuntungan normal yang secara umum diperoleh dari berbagai macam model perdagangan tanpa saling merugikan. Ibnu Taimiyah memperbolehkan seseorang menjual suatu produk untuk tujuan pendapatan yang bisa menguntungkan seseorang tersebut namun tidak diperbolehkan untuk meraih keuntungan yang lebih tinggi dari biasanya dan bahkan tidak menaikkan harganya bagi orang-orang yang sangat membutuhkan.

Sehingga dari sini tidak diperbolehkan adanya *Excessive markup*, karena hal ini termasuk dalam aspek eksploitasi terhadap konsumen yang

²⁴ Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Depok : Rajagrafindo Persada , 2015), 154.

²⁵ Ash-Shadiq Abdurrahman Al-Gharyani, *Fatwa-Fatwa Mu'amalah Kontemporer*, terj. A. Syakur (Surabaya : Pustaka Progresif, 2004), 183.

mana hal ini sangat dilarang oleh Rasulullah SAW, bahwa menjual kepada konsumen yang membutuhkan dengan mengeksploitasi kondisinya itu sangat dilarang.²⁶

Menjual barang-barang yang diperjualbelikan dalam sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga wajar maka hukumnya haram karena secara tidak langsung pihak perusahaan telah menambahkan harga barang yang telah dibebankan kepada pihak pembeli sebagai *sharing* modal dalam akad *shirkah* mengingat pihak pembeli sekaligus akan menjadi member perusahaan yang apabila ia ikut memasarkan akan mendapat keuntungan secara *estafet*. Dengan demikian praktik perdagangan Penjualan Langsung Berjenjang mengandung unsur kesamaran atau penipuan karena terjadi kekaburan antara akad jual beli *shirkah* sekaligus *mudhārabah*, karena pihak pembeli sesudah menjadi member juga berfungsi sebagai pekerja yang akan memasarkan produk perusahaan kepada calon pembeli atau member baru.²⁷

Dilihat dari sisi harga produk memang masyarakat banyak yang berpendapat bahwa produk yang ditawarkan perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang sangat mahal dan eksklusif sehingga sering memberatkan anggota yang berada di level bawah serta masyarakat pemakai dan sangat menguntungkan level di atasnya. Seringkali harga

²⁶ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Terj. Anshari Thayib (Surabaya : PT Bina Ilmu Offset, 1997), 100.

²⁷ Sudarto, *Masailul Fiqhiyah Al-Haditsah* (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 16.

produk di *markup* hingga dua atau tiga kali lipat. Hal ini harusnya dihindari karena cara ini dapat digolongkan kepada pengambilan keuntungan dengan cara yang *bathil* karena mengandung unsur kedzaliman yakni memberatkan masyarakat sebagai konsumen.²⁸

Dengan demikian *Excessive Markup* tidak dibenarkan dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang dalam ketentuannya menyatakan bahwa “Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*Excessive Markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh” artinya harga yang dibayarkan konsumen tidak sepadan dengan kualitas barang dan manfaat yang diperoleh konsumen.²⁹

- e) Ketentuan Konsep *Igra'* dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Adapun pengertian *Igra'* adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebihan sebenarnya *igra'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yang positif karena dengan adanya *igra'* iming-iming atau *insentif* yang dijanjikan, seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras tanpa ada

²⁸ Ibid.

²⁹ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah* (Yogyakarta : Deepublish, 2012),

motivasi maka manusia akan cenderung untuk bermalas-malasan. Hanya saja motivasi itu tidak boleh berlebihan.³⁰

Dalam menarik konsumen untuk menjadi distributor, beberapa usaha *multi level marketing* cenderung melakukannya dengan menjanjikan pemberian bonus yang luar biasa untuk ukuran masyarakat kita. Misalnya mobil mewah, rumah mewah, jet pribadi, liburan ke Eropa, atau kapal pesiar yang kadang secara terbuka dikampanyekan. Inilah yang banyak disorot kalangan tertentu yang memandang *multi level marketing* sedang mengampanyekan materialism. Kesuksesan seseorang selalu dikaitkan dengan kesuksesan materi. Kalaupun bonus itu nyata akan lebih baik jika yang ditonjolkan adalah kualitas produk, pelayanan, atau program pelatihan yang diberikan.

Bisnis *multi level marketing* memang meberikan banyak keuntungan bagi para distributornya namun juga tidak bisa dielakkan bahwa bisnis ini juga mempunyai dampak negatif, diantaranya :

1. Obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem ini, suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup hedonis ketika mengadakan acara rapat dan pertemuan bisnis, banyak yang keluar dari tugas dan pekerjaan karena terobsesi akan mendapat harta yang banyak dalam waktu singkat.

³⁰ Shofwan Jauhari, *Fatwa MUI Mengenai MLM* (STIU Dirosat Islamiyah Al-Hikmah, 2013).

2. Sistem ini akan memperlakukan seseorang berdasarkan target-target penjualan kuantitatif material yang mereka capai yang pada akhirnya dapat mengindikasikan seseorang yang berjiwa materialis dan melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah dunia akhirat.

Konsep *Igra'* seperti ini tentulah dilarang karena adanya tawaran bonus/komisi yang besar dapat menyebabkan seseorang berbuat apapun termasuk melanggar hukum Allah dan Rasul-Nya, lalai beribadah asyik dengan bisnisnya.³¹ Sehingga dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sangat dilarang adanya konsep *Igra'* pada setiap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang yang termasuk di dalamnya *multi level marketing* yakni dalam ketentuan hukum yang berbunyi pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *Igra'*.

E. Fatwa-Fatwa Pendukung

1. Fatwa No: 4/DSNMUI/IV/2000 tentang *Murābahah*, Fatwa No:16/DSNMUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murābahah*.

Al-Murābahah berasal dari kata *al-ribh* yang secara bahasa berarti *al-ziyādah* (tambahan) dan *al-nama'* (tumbuh dan berkembang) dalam perniagaan (*al-tijārah*) arti *Murābahah* secara harfiah sama dengan arti *al-riba* secara harfiah yaitu bertambah, tumbuh, dan berkembang.³²

³¹ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*,, 110.

³² Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018), 215.

Jual beli *al-murābahah* adalah kebalikan dari jual beli *al-waḍīyah*, yaitu penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli mengenai objek tertentu yang harganya lebih tinggi dibandingkan dengan harga perolehan. Wahbah al-Zuhaili menegaskan bahwa jual beli *murābahah* adalah jual beli dengan harga perolehan disertai tambahana sebagai keuntungan. Jual beli *murābahah* merupakan akad yang sangat *masyhur* dikalangan pelaku usaha perbankan syariah. Karena dihubungkan dengan praktik bisnis yang demikian kompleks, akad *murābahah* yang pada dasarnya merupakan bagian dari akad *amānah* merupakan topik akad yang banyak didiskusikan di berbagai kalangan. Di antara cirinya adalah banyaknya fatwa DSN-MUI terkait jual beli *murābahah*.³³

Syarat dan rukun jual beli *murābahah*, akad *murābahah* dinyatakan sah jika memenuhi beberapa syarat sebagai berikut :³⁴

- a. Mengetahui harga pokok (harga beli). Disyaratkan bahwa harga beli harus diketahui oleh pembeli kedua, karena hal itu merupakan syarat mutlak bagi keabsahan *bai' murābahah*. Penjual kedua harus menerangkan harga beli kepada pihak pembeli kedua. Akad jual beli ini berdasarkan pada kejelasan informasi tentang harga beli. Jika harga beli tidak dijelaskan kepada pembeli kedua dan ia telah meninggalkan majlis, maka jual beli dinyatakan akadnya batal.

³³ Ibid.

³⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 92.

- b. Adanya kejelasan keuntungan (*margin*) yang diinginkan penjual kedua, keuntungan harus dijelaskan nominalnya kepada pembeli kedua atau dengan menyebutkan persentase dari harga beli. *Margin* juga merupakan bagian dari harga, karena harga pokok ditambah *margin* merupakan harga jual, dan mengetahui harga jual merupakan syarat sahnya jual beli.
- c. Modal yang digunakan untuk membeli objek transaksi harus merupakan barang *mitsli*, dalam arti terdapat padanannya di pasaran, alangkah baiknya jika menggunakan uang. Jika yang dipakai merupakan barang *ghoiru mithli*, misalnya, pakaian dan *marginnya* berupa uang maka diperbolehkan.
- d. Objek transaksi dan alat pembayaran yang digunakan tidak boleh berupa barang ribawi, seperti halnya menjual 100 dollar dengan harga 110 dollar, *margin* yang diinginkan (dalam hal ini 10 dollar) bukan merupakan keuntungan yang diperbolehkan, akan tetapi merupakan bagian dari riba.
- e. Akad jual beli pertama harus sah adanya, artinya transaksi yang dilakukan penjual pertama dan pembeli pertama harus sah. Jika tidak, transaksi yang dilakukan penjual kedua (pembeli pertama) dengan pembeli kedua hukumnya *fasid*/rusak dan akadnya batal.
- f. *Bai' murābahah* merupakan jual beli yang disandarkan pada sebuah kepercayaan, karena pembeli percaya atas informasi yang diberikan

penjual tentang harga beli yang diinginkan. Dengan demikian, penjual tidak boleh berkhianat.

Ijab dan *qabul* merupakan representasi dari *sighah*(akad), ia merupakan ungkapan yang dikeluarkan oleh kedua belah pihak yang bertransaksi untuk mengungkapkan keinginan masing-masing guna mewujudkan atau membangun sebuah kesepakatan/kontrak. Hal ini bisa dilakukan secara *verbal* dengan kata-kata, dengan tindakan-tindakan tertentu, dengan isyarat, lewat surat, e-mail, fax, ataupun via telepon.

Dalam *ijab* dan *qabul* terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, menurut Zuhaili sebagai berikut :

- a. Adanya kejelasan maksud dari kedua belah pihak, dalam arti *ijab* dan *qabul* yang dilakukan harus bisa mengekspresikan tujuan dan maksud keduanya dalam bertransaksi. Penjual mampu memahami apa yang diinginkan pembeli dan begitu sebaliknya.
- b. Adanya kesesuaian antara *ijab* dan *qabul* dalam hal objek transaksi ataupun harga, artinya terdapat kesamaan diantara keduanya tentang kesepakatan, maksud, dan objek transaksi. Jika tidak terdapat kesesuaian maka akad dinyatakan batal.
- c. Adanya pertemuan diantara *ijab* dan *qabul* (berurutan dan bersambung), yakni *ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majlis. Satu majlis disini tidak berarti harus bertemu secara fisik dalam satu tempat, yang terpenting adalah kedua pihak mampu mendengarkan maksud dari kedua pihak, apakah akan menetapkan kesepakatan atau

menolaknyanya. Majelis akad bisa diartikan sebagai suatu kondisi yang memungkinkan kedua pihak untuk membuat kesepakatan, atau pertemuan pembicaraan dalam satu objek transaksi. Dalam hal ini disyaratkan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, tidak menunjukkan adanya penolakan atau pembatalan dari keduanya.

Menurut Zuhaili *ijāb* dan *qabūl* akan dinyatakan batal jika :³⁵

- a. Penjual menarik kembali ungapannya sebelum terdapat *qabūl* dari pembeli.
 - b. Adanya penolakan *ijāb* oleh pembeli, dalam arti apa yang diungkapkan oleh penjual tidak disetujui atau ditolak oleh pembeli.
 - c. Berakhirnya majlis akad, jika kedua belah pihak belum mendapatkan kesepakatan dalam majlis akad dan keduanya telah terpisah maka *ijāb qabūl* dinyatakan batal.
 - d. Kedua pihak atau salah satu pihak hilang *ahliyah*-nya (syarat kecakapan dalam melakukan transaksi) sebelum terjadi kesepakatan, dan
 - e. Rusaknya objek transaksi sebelum terjadinya *qabūl* atau kesepakatan.
2. Fatwa No: 52/DSNMUI/ 2006 tentang *Wakālah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

Akad *wakālah bil ujrah* yang merujuk tentang substansi asuransi yaitu salah satu bentuk akad *wakālah* di mana peserta memberikan kuasa kepada perusahaan untuk melakukan kegiatan perasuransian dengan

³⁵ Ibid., 93.

imbalan pemberian *ujrah (fee)*. Dalam akad *wakālah bil ujrah* harus disebutkan sekurang-kurangnya mengenai hak dan kewajiban peserta dan perusahaan asuransi, besaran, cara dan waktu pemotongan *ujrah (fee)* atau premi dan syarat-syarat lain yang disepakati sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan. *Wakālah bil ujrah* merupakan salah satu jenis akad (perjanjian) di mana salah seorang menyerahkan sesuatu wewenang (kekuasaan) kepada seseorang yang lain untuk menyelenggarakan sesuatu urusan dan orang lain tersebut menerimanya dengan imbalan *ujrah (fee)*. Dalam mengimplementasikan *wakālah* harus memenuhi rukun dan syarat sebagai berikut:

a. *Sighat ijāb qabūl*

Dalam melaksanakan *wakālah* tidak diisyaratkan adanya pengucapan tertentu. Meskipun demikian, akad tersebut dianggap sah apabila ditunjukkan secara jelas.

b. *'Aqidayn (muwakkil dan wakīl)*

Syarat *muwakkil* atau orang yang mewakilkan yaitu haruslah seorang pemilik yang dapat bertindak terhadap sesuatu yang ia wakilkan. Sementara syarat *wakīl* yaitu pihak yang dapat mewakili adalah orang yang berakal.

c. *Muwakkal fih (objek)*

Syarat utamanya yaitu bahwa hal tersebut bukan merupakan tindakan yang melanggar aturan agama Islam.

3. Fatwa No: 62/DSNMUI/ XII/2007 tentang akad *Ju'alah*

Secara bahasa, *ju'alah* adalah janji untuk memberikan imbalan atau *award/ja'izah* kepada pihak lain apabila berhasil mencapai *natijah* tertentu. *Al-'amil* tidak berhak mendapatkan imbalan dari *ja'il* tidak mencapai *natijah* secara sempurna. Secara istilah *ju'alah* adalah (akad)sewa atas pekerjaan yang diduga dapat tercapai hasilnya.³⁶

Jika dilihat secara eksplisit, pendapat pakar hukum yang menyatakan bahwa *ju'alah* merupakan janji (*al-wa'd*) untuk memberikan *awards (al-ja'izah)*, terkesan bahwa *ju'alah* termasuk janji, bukan akad atau perjanjian. Jika dilihat dari segi substansinya, *ju'alah* termasuk perjanjian (akad atau perikatan) karena didalamnya terkandung hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.

Rukun dan syarat *ju'alah* mencakup dua hal yakni syarat mengenai personalia hukumnya (syarat subjektif) dan syarat mengenai objek hukumnya (syarat objektif). Subjek hukum dalam akad *ju'alah* adalah *ja'il* dan *'amil shighat* akad (pernyataan perjanjian), imbalan (*al-ju'l*), pekerjaan (*al-'amal*) dan kadang-kadang disebut manfaat, serta jangka waktu (*al-muddah*). Adapun syarat-syarat yang berkaitan dengan rukun tersebut diantaranya :

- a. Cakap hukum, ditandai dengan tiga indikator yakni dewasa, sehat akal, dan mampu. Indikator tersebut dapat dipahami dengan menggunakan

³⁶ Jaih Mubarak, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah Dan Ju'alah* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2018), 272.

diksi yang bersifat sebaliknya, yaitu akad *ju'alah* tidak sah dilakukan oleh *ja'il* yang termasuk belum dewasa secara hukum, gila, bodoh, dan idiot (berada di bawah pengampuan). Sementara ulama *Hanafiah* dan *Malikiah* membolehkan akad *ju'alah* yang dilakukan *ja'il* yang *mumayyiz* (dewasa secara fisik dan kecerdasan, tetapi dinilai belum dewasa secara hukum).

- b. *Amil* harus pihak yang memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang diakadkan. Oleh karena itu tidaklah sah akad *ju'alah* yang dilakukan oleh *amil* yang tidak memiliki kemampuan untuk melakukan pekerjaan.
- c. Imbalan harus berupa harta yang dapat diketahui kuantitas atau kualitasnya, halal, serta memungkinkan diserahkan. Apabila imbalan tidak jelas, akad *ju'alah* batal, sebagaimana akad *ijarah* batal karena ketidakjelasan jumlah *ujrah*. Imbalan harus berupa uang atau barang yang halal karena merupakan imbalan atas jasa tertentu. Imbalan harus memungkinkan diserahkan karena berkaitan dengan kaidah penguasaan dan *al-taslīm* dalam akad yang bersifat *mu'awadhat*. Karenanya imbalan tidak boleh berupa harta yang *digashb* pihak lain karena tidak memungkinkan untuk diserahkan kepada *amil*.
- d. Harus pekerjaan yang hasilnya dapat diketahui dan diukur. Disamping untuk menghindari perselisihan dan sengketa, akad *ju'alah* harus dihindari dari sifat-sifat yang tidak terukur atau sulit diukur. Dalam

kitab fikih, beberapa contoh pekerjaan yang hasilnya sulit diukur diantaranya adalah mengeluarkan jin atau sihir dari jiwa seseorang, sulit ditentukan apakah jin atau sihir sudah berhasil dikeluarkan atau belum.

Substansi atau ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 62 Tahun 2007 terdiri atas tiga bagian : ketentuan umum, ketentuan akad, dan ketentuan hukum.³⁷

- Ketentuan umum terdiri atas tiga butir, yaitu :
 - a. *Ju'alah* adalah janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh*) tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan yang ditentukan.
 - b. *Ja'il* adalah pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan yang ditentukan.
 - c. *Maj'ul lah* adalah pihak yang melaksanakan *ju'alah*.
- Substansi ketentuan akadnya adalah :
 - a. Pihak *ja'il* harus memiliki cakupan hukum dan kewenangan untuk melakukan akad.
 - b. Objek *ju'alah* harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh *syariah* serta tidak menimbulkan akibat yang dilarang.
 - c. Hasil pekerjaan harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran.

³⁷ Ibid., 284.

- d. Imbalan *ju'alah* harus ditentukan besarnya oleh *ja'il* dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran.
 - e. Tidak boleh ada syarat imbalan diberikan dimuka (sebelum pelaksanaan objek *ju'alah*).
- Substansi ketentuan hukumnya adalah :
- a. Imbalan *ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak *ma'jul lahu* apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi.
 - b. Pihak *ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak *maj'ul lah* menyelesaikan prestasi yang ditawarkan.
4. Fatwa No: 9/DSNMUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijārah*.

Dalam KUHPerdara Bab Ketujuh diatur tentang perjanjian sewa-menyewa yang terdiri atas peraturan mengenai sewa tanah dan rumah, perjanjian untuk melakukan pekerjaan yang melahirkan dua macam perjanjian, yaitu perjanjian perburuhan (perjanjian antara majikan dan serikat pekerja) serta perjanjian kerja (perjanjian antara majikan dan buruh secara perorangan). Perjanjian sewa-menyewa secara substansi sama dengan perjanjian *ijārah* atas barang dan perjanjian kerja mirip dengan *ijārah* jasa.³⁸

Dalam dua macam *ijārah* tersebut agak dibedakan pula *subjek* hukum *ijārah*-nya. Pihak yang menyewakan disebut *mu'jir*, baik dalam akad *ijārah* atas barang maupun dalam akad *ijārah* atas jasa, sedangkan

³⁸ Ibid., 73.

penyewanya disebut *musta'jir* dalam akad *ijārah* atas barang dan disebut *ajir* dalam akad *ijārah* atas jasa.

Dalam masyarakat, *ajir* atas jasa dikenal dari mulai pekerjaan kasar sampai pekerjaan yang *elitis* (misalnya agen serta profesi bisnis dan hukum). Kriteria pembayaran *ujrah* berkaitan dengan dua kondisi, yaitu *ijārah* atas barang (sewa barang) dan *ijārah* atas orang (upah). Dalam menjelaskan kriteria pembayaran *ujrah* atas sewa barang ulama berpendapat bahwa *ujrah* wajib dibayar oleh *musta'jir* kepada *mu'jir* karena akad *ijārah* dan penguasaan *mahal al-manfa'ah*.

Sebab wajibnya pembayaran *ujrah* dalam *ijārah* atas jasa prinsip dasarnya dapat dibedakan menjadi dua. Pertama *ajir khash* (pekerjaan khusus atas dasar akad *ijārah khashah*) yang berhak memperoleh *ujrah* karena perjanjiannya. Kedua, *ajir musytarak* (pekerja umum atas dasar akad *ijārah 'ammah*) yang berhak mendapatkan *ujrah* atas dasar perjanjian *ijārah* serta dilakukannya pekerjaan. Ketentuan ini adalah ketentuan yang bersifat umum. Adapun ketentuannya lebih terperinci diatur dan disepakati dalam akta perjanjian atau berdasarkan *'urf* yang berlaku di masyarakat.³⁹

³⁹ Ibid., 81.

BAB III

PRAKTIK STRATEGI PENJUALAN PRODUK *TUPPERWARE* DI

AGEN ALFIN TUPPY JOMBANG

A. Gambaran Umum Tentang Agen Alfin Tuppy Jombang

Agen Alfin Tuppy Jombang terbentuk bermula dari ketertarikan seorang guru honorer bernama Ibu Alfin Nurus Sholihah untuk memiliki produk peralatan rumah tangga *Tupperware* yang saat itu sedang di minati oleh banyak orang. Berhubung keadaan ekonomi yang belum mencukupi, saat itu pada tahun 2015 Ibu Alfin hanya bisa membeli beberapa produk yang masih terjangkau dengan kantong seorang pekerja honorer. Dengan berjalannya waktu beliau memiliki gagasan untuk memulai mendaftarkan diri sebagai member *Tupperware* dan mencoba membeli serta mendapatkan barang-barang promo yang ditawarkan, kemudian ia berinisiatif menjual kembali produk yang telah ia miliki kepada teman dan sanak saudara. Hanya bermodalkan awal Rp. 300.000,00 ia bisa memutar kembali hingga saat ini mencapai omset 30 juta perbulan.⁴⁰

Agen Alfin Tuppy Jombang secara sah terbentuk pada tahun 2019 dengan bermodalkan pengalaman penjualan yang telah ia lalui empat tahun terakhir. Ia mulai membuat arisan *Tupperware*, mengadakan kegiatan-kegiatan *party* untuk mempromosikan produk *Tupperware* dan sekaligus

⁴⁰ Alfin Nurus Sholihah, Manager di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 22 April 2020.

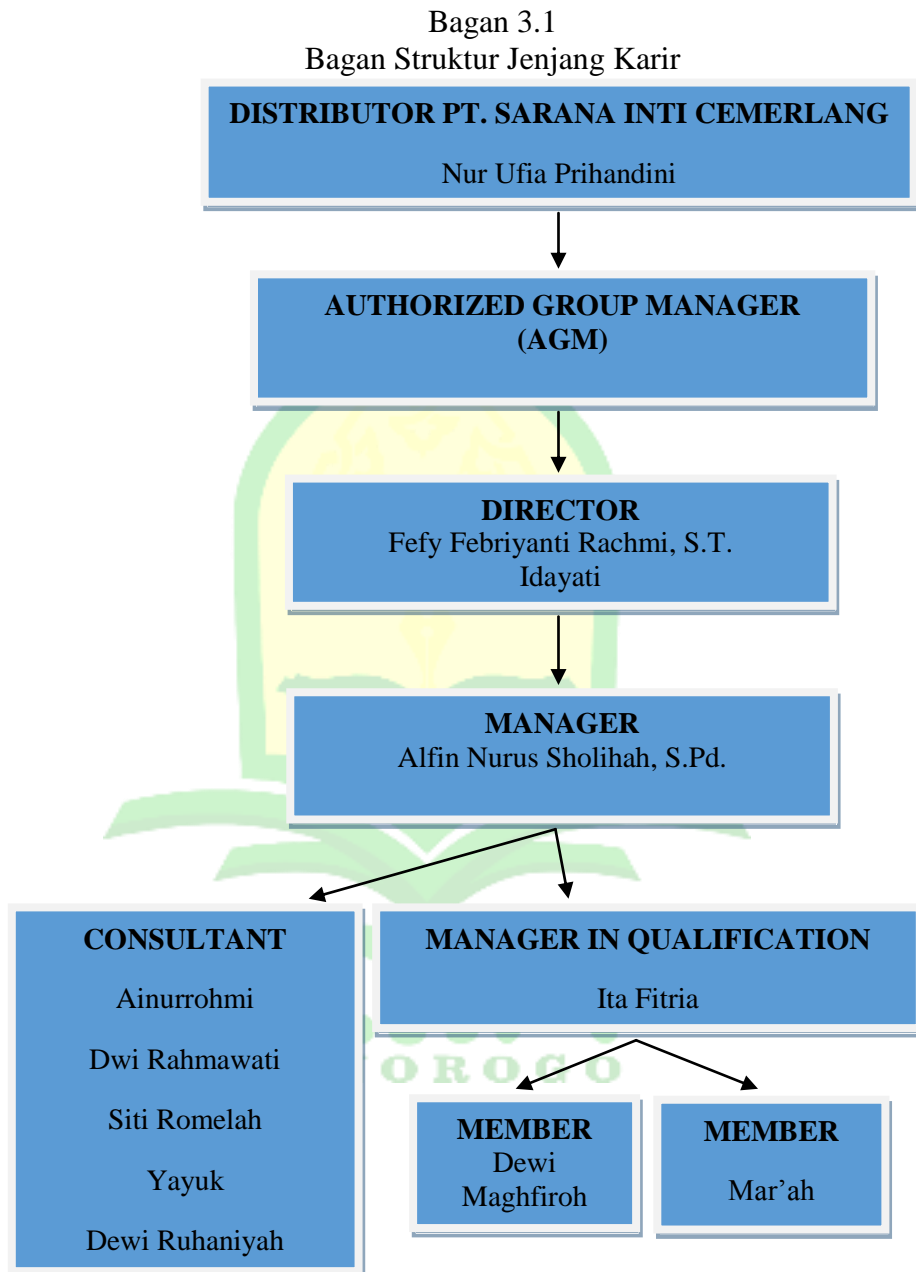
menjaring beberapa peminat supaya menjadi member Agen Alfin Tuppy Jombang . Contoh kegiatannya seperti mengadakan lomba mewarnai untuk anak-anak, lomba zumba, lomba memasak, dan lain-lain.

Visi dan Misi Agen Alfin Tuppy Jombang merujuk pada visi dan misi Tupperware Indonesia. Visi *Tupperware* Indonesia adalah menjadi *Company of Choice* dan *Brand of Choice*. Salah satu dari visi *Tupperware* adalah *Caring and Sharing*. Konsep tersebut kemudian direalisasikan oleh *Tupperware* Indonesia dengan program *Tupperware Children's Fund* (TCF) yang diluncurkan pada tahun 2003 dan dijalankan hingga sekarang. Lewat TCF inilah, *Tupperware* mencoba membantu anak-anak (dalam bidang pendidikan).⁴¹

Kemudian 3 misi utama *Tupperware* untuk wanita Indonesia yaitu yang pertama *educated* (mendidik) yakni mendorong terciptanya kondisi yang merangsang proses pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan rasa percaya diri wanita Indonesia. Yang kedua *enlighten* (mencerahkan) yaitu membuka wawasan dan pikiran wanita Indonesia akan potensi dan peluang diri yang bisa diraih. Yang ketiga, *empower* (memberdayakan) memberikan kesempatan dan dukungan kepada wanita Indonesia untuk mengembangkan bakat dan ketrampilannya, sehingga mereka lebih mandiri dan turut berperan dalam keluarga dan masyarakat sekitar.

⁴¹ Abdul Rohim, Pengaruh Harga Dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk *Tupperware*, Skripsi (Semarang; Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), 76.

Adapun struktur Agen Alfin Tuppy Jombang dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut :⁴²



⁴² Alfin Nurus Sholihah, Manager di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 April 2020.

B. Pelaksanaan Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang

Dalam pemasaran sebuah produk, untuk mencapai hasil penjualan yang maksimal, tentunya diperlukan adanya strategi guna mendorong perputaran barang sehingga cepat dijadikan modal kembali dan memberikan banyak keuntungan. Tidak terkecuali Agen Alfin Tuppy Jombang yang memiliki strategi penjualan demi sebuah target yang ingin dicapai. Strategi ini berlangsung sejak tahun 2019 dimana Agen Alfin Tuppy Jombang mulai memfokuskan diri dalam berbisnis produk *Tupperware*.

Dimulai pada tahun 2019 Agen Alfin Tuppy Jombang mulai mengadakan kegiatan yang bersifat mengumpulkan massa yakni *Tupperware Party* yang didalamnya terdapat demonstrasi pemakaian produk *Tupperware*. *Tupperware Party* adalah hak setiap pecinta *Tupperware* untuk memperoleh berbagai informasi penting seputar produk. Dan ini merupakan cara unik yang dilakukan demi memperkenalkan produk-produk yang berguna bagi peralatan rumah tangga.⁴³

Jenis *party* yang dilakukan oleh Agen Alfin Tuppy Jombang seringkali berupa perlombaan. Seperti perlombaan mewarnai tingkat TK dan SD, lomba menghafalkan surat pendek, lomba menghias donat dan lain-lain.

“Di dalam perlombaan ini yang dilakukan adalah mengumpulkan dana dari peserta sebagai biaya perlombaan yang nantinya akan dialokasikan dalam bentuk hadiah, *souvenir*, piala, kebutuhan lomba dan lain-lain. Hadiah selalu berupa produk *Tupperware* yang diambil dari stok *Tupperware* yang dimiliki oleh Agen Alfin Tuppy Jombang . Hal ini

⁴³ Alfin Nurus Sholihah, Manager di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 April 2020.

dapat berdampak baik bagi penjualan produk. Selain bisa menjualkan produk pada saat *party*, juga dapat mengeluarkan stok barang yang telah ada dengan memasukkannya sebagai hadiah perlombaan kemudian sebagian dana yang telah terkumpul bisa dialokasikan untuk mengganti biaya hadiah.”⁴⁴

Dengan demikian secara tidak langsung Agen Alfin Tuppy Jombang sudah melakukan strategi penjualan produk dengan membuat perlombaan yang dapat menarik minat para konsumen dengan hal-hal yang mengandung unsur edukasi sehingga banyak konsumen yang bersedia untuk mengikuti. Dan ini berdampak pada dana yang masuk, semakin banyak peserta maka semakin banyak pula dana yang terkumpul dan produk *Tupperware* yang terjual. Karena setiap peserta yang mengikuti akan mendapatkan produk *Tupperware* sebagai souvenir dan juga hadiah bagi yang beruntung.

“Salah satu kegiatan yang pernah diadakan oleh Agen Alfin Tuppy Jombang adalah lomba menghias kue donat yang diadakan di Dapur Diva Ngoro Jombang, waktu itu saya sebagai panitia sudah berkoordinasi dengan pemilik Dapur Diva Ngoro Jombang untuk mengadakan acara *Tupperware* yang diisi dengan demo pemakaian produk *Tupperware* serta lomba menghias kue donat yang merupakan salah satu produk dari Dapur Diva Ngoro Jombang. Waktu itu kami mengalokasikan dana untuk biaya kue serta minuman yang nantinya akan di gunakan untuk acara. Saat itu dana yang di kumpulkan dari setiap peserta yaitu Rp. 25.000,00, uang Rp.10.000,00 untuk biaya membayar kue serta minuman di Dapur Diva Ngoro Jombang, dan sisanya Rp. 15.000,00 untuk biaya hadiah dan lain-lain. Dan untuk pemilihan hadiah sendiri dilakukan oleh manager kami yaitu Bu Alfin.”⁴⁵

Agen Alfin Tuppy Jombang juga pernah mengadakan acara lomba mewarnai tingkat TK yang pelaksanaannya bertempat di Balai Desa Ngoro. “Lomba mewarnai di Balai Desa Ngoro saat itu diadakan dengan biaya

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Mei 2020.

pendaftaran Rp. 30.000,00, saya mendaftarkan anak saya bernama Nafia Uli Azza yang masih TK B untuk mengikutinya dan Alhamdulillah anak saya mendapatkan hadiah yaitu botol minum dan mangkok dari produk *Tupperware*.⁴⁶

Adapun dalam suatu kesempatan seperti sebuah pertemuan-pertemuan kecil terkadang Agen Alfin Tuppy Jombang juga memberikan beberapa *doorprize* berupa beberapa produk *Tupperware* yang bertujuan untuk saling berbagi supaya semakin banyak orang baru yang bisa merasakan manfaat dan kegunaan produk *Tupperware* sekaligus memperkenalkan produk-produk yang ada. Ini semua diharapkan demi kemajuan bisnis yang dijalani.⁴⁷

Salah satu pertemuan tersebut adalah pertemuan yang diadakan dirumah Ita Fitria pada awal bulan Januari 2020 dengan tema *sharing* seputar pengalaman dalam berperan di dalam keluarga, dalam pertemuan ini mendatangkan seorang Psikolog sebagai pengisi acara. Acara seperti ini memang bukan termasuk salah satu *party* yang dilakukan Agen Alfin Tuppy Jombang namun tidak menutup kemungkinan untuk tetap memperkenalkan produk *Tupperware*, karena dari pertemuan-pertemuan semacam ini *Tupperware* dapat diketahui oleh masyarakat luas.⁴⁸

Pelaksanaan strategi penjualan pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang dilakukan dengan membuat suatu kegiatan salah satunya

⁴⁶ Elza Agustina, Peserta Non Member, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Mei 2020.

⁴⁷ Alfin Nurus Sholihah, Manager di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 13 Juni 2020.

⁴⁸ *Ibid.*

adalah perlombaan yang terlebih dahulu mengumpulkan dana dari peserta untuk dibelanjakan kebutuhan perlombaan, hadiah dan lainnya. Untuk hadiah dan *souvenir* yang diberikan selalu berupa produk *Tupperware* sendiri dan dalam pengalokasian dana untuk hadiah dan *souvenir* tersebut sudah diatur sendiri oleh Alfin Nurus Sholihah selaku manager Agen Alfin Tuppy Jombang sesuai dengan harga konsumen, hadiah dan *souvenir* produk *Tupperware* sebagian diambilkan dari stok barang yang ada, dan sebagian lagi perlu untuk dibelanjakan terlebih dahulu oleh *manager* Agen Alfin Tuppy Jombang.

C. Praktik Penjualan Produk *Tupperware* Dengan Akad sistem *Star Chart* Di Agen Alfin Tuppy Jombang

a. Pengertian dan Ketentuan *Star Chart*

Dalam penjualan produk *Tupperware*, salah satu hal yang menarik adalah adanya pemberian *star chart* pada member yang telah mencapai target jumlah pembelian produk minimal senilai satu juta. Pada dasarnya, *star chart* adalah hadiah atau bonus bagi *member* yang telah melakukan *party* dan terjadi penjualan. Namun dalam praktiknya saat ini sangat sulit bagi seorang member sekaligus tuan rumah *party* untuk mencapai target satu juta pembelian produk *Tupperware* di dalam satu waktu . Maka dari itu seorang *Upline* memberikan kemudahan bagi *downline* untuk memperpanjang jangka waktu dalam pencapaian jumlah pembelian tidak hanya pada waktu *party* saja melainkan bisa diperpanjang seperti pembelian satu juta dalam waktu satu bulan. Menurut Ita Fitria salah satu konsultan di Agen Alfin Tuppy Jombang mengatakan :

“untuk menjadi seorang member terdapat persyaratan yang harus dipenuhi, diantaranya adalah membayar Rp.100.000,00 dan berbelanja produk *Tupperware* dengan harga total Rp.900.000,00 bebas memilih barang dan ini berlaku selama 3 bulan pertama, jika melewati batas tersebut maka member hangus. Kelebihan menjadi member *Tupperware* adalah bisa mendapatkan komisi 20% dari harga kantor setiap pembelanjannya dan juga mendapatkan bonus *star chart* apabila mencapai target. Harga kantor adalah harga yang sudah menjadi ketetapan di dalam katalog. Untuk menjaga agar tetap mendapatkan komisi tersebut member harus aktif dengan persyaratan minimal dalam 3 bulan harus berbelanja Rp. 500.000,00. Jika tidak dapat mencapai pembelian tersebut maka status membeinya sudah tidak aktif dan hangus akan komisi serta bonus-bonus yang ada.”⁴⁹

Menurut keterangan yang diberikan oleh Ita Fitria, 1 *star chart* bernilai Rp. 550,00. Misal jika dicontohkan, dalam katalog terdapat produk wadah air seharga Rp. 130.000,00 dan disamping harga tersebut terdapat kode *star chart* 35, maka jika memiliki poin *star chart* 35, barang tersebut bisa ditebus hanya dengan harga Rp. 19.250,00 rincian dari 35x Rp. 550,00. Adapun perolehan banyaknya *star chart* terhadap jumlah pembelian produk juga telah ditentukan, berikut skema ketentuan *star chart* :

Tabel 3.2 : Skema Ketentuan Perolehan *Star Chart*

Jumlah Pembelian Produk <i>Tupperware</i>	Star
Rp. 1.000.000 – Rp. 1.499.000	20
RP. 1.500.000 – Rp. 2.499.000	35
Rp. 2.000.000 – Rp. 2.499.000	50
Rp. 2.500.000 – Rp. 2.999.000	65
Rp. 3.000.000 – Rp. 3.499.000	80
Rp. 3.500.000 – Rp. 3.999.000	95

⁴⁹ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 1 Januari 2020.

Rp. 4.000.000 – Rp. 4.499.000	110
Rp. 4.500.000 –Rp. 4.999.000	125
Rp. 5.000.000 – Rp. 5.499.000	140
Rp. 5.500.000 – Rp. 5.999.000	155
Rp. 6.000.000– Lebih **	170

** Kelebihan penjualan diatas Rp. 6.000.000 perhitungannya :
170 *star* + perhitungan *star* dari awal

Sumber: Katalog Tupperware (2019: 25)

b. Akad Sistem *Star Chart* Di Agen Alfin Tuppy Jombang

Pada dasarnya pemberian *star chart* dari *upline* kepada *downline* dilakukan berdasarkan ketentuan yang ada pada katalog *Tupperware* yang telah tersedia, karena hanya dalam katalog yang tertera petunjuk banyaknya *star chart* pada suatu produk. Sehingga patokan pemberian bonus *star chart* sesungguhnya tidak terlepas dari katalog. Hal ini tentu saja bertujuan untuk memudahkan seorang member dalam memilih produk yang diinginkan. Adapun setiap member yang berbelanja, memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan bonus *star chart* selama ketentuan yang berlaku bisa terpenuhi.⁵⁰

Menurut keterangan dari Ita Fitria seorang *konsultan Tupperware*,

“saya juga berhak mendapat *star chart* apabila berbelanja melebihi satu juta rupiah, begitu pula *manager* dan *member*. Dan setiap jenjang karir itu pula terdapat persyaratan target pembelanjaan pada setiap bulannya untuk menjaga kestabilan aktivasi jenjang karir yang dimiliki. Sebagai seorang *konsultan member* diharuskan berbelanja Rp. 3.000.000/bulan. Jika hal ini dapat dilakukan tentu saja bonus *star chart* akan didapatkan dari pembelanjaan tersebut. Jika mengikuti skema ketentuan perolehan *star chart* maka pembelian Rp. 2.000.000 – Rp.

⁵⁰ Ibid.

2.499.000 akan mendapatkan bonus 50 star. Bonus ini biasanya didapatkan melalui *manager* yakni Alfin Nurus Sholihah.⁵¹

Di dalam akad antara Ita Fitria dan Alfin Nurus Sholihah, Ita Fitria yang sebagai konsultan diberikan beberapa pilihan yakni bisa memilih bonus sesuai dengan yang ada didalam katalog dengan konsekuensi jika barang belum ada di Agen Alfin Tuppy Jombang maka harus menunggu terlebih dahulu, dan bisa langsung memilih produk yang telah tersedia di Agen Alfin Tuppy Jombang hanya dengan perkiraan harga sesuai *star chart*. Namun terkadang juga terjadi negosiasi diantara mereka yakni bisa mendapatkan barang yang ada di Agen Alfin Tuppy Jombang namun barang tersebut sebenarnya bukan barang yang memiliki kode *star* dalam katalog *Tupperware*, ini dilakukan berdasarkan kalkulasi sendiri. Sehingga Ita Fitria tetap bisa mendapatkan produk yang diinginkan dan nantinya barang yang didapat dari bonus *star chart* ini tentu saja bisa dijual kembali dengan harga sesuai katalog atau bisa diberikan dalam bentuk bonus lagi kepada member jika memungkinkan. Ketentuan lain mengenai bonus *star chart* yang diperoleh Ita Fitria dari Agen Alfin Tuppy Jombang bisa memisah nilai produk *star chart* misalkan Ita Fitria mendapat bonus *star chart* 60 maka ia bisa mendapatkan satu barang langsung berkode *star* 60 atau bisa mendapat 3 barang berkode *star* 20.⁵²

⁵¹ Ibid.

⁵² Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Januari 2020.

Adapun akad dari bonus *star chart* seorang member yang telah berbelanja mencapai satu juta seperti halnya Dewi Maghfiroh seorang member dari Ita Fitria, ia memilih sendiri produk berkode *star* yang ada dalam katalog dan kebetulan sudah ada di tempat Ita Fitria sebagai *konsultan membernya*. ItaFitria memberikan bonus *star chart* 20 pada barang seharga Rp. 65.000 dan dapat ditebus hanya dengan uang senilai Rp. 11.000.⁵³

“ Saya mendapatkan bonus *star chart* berawal dari berbelanja produk *Tupperware* dengan mengikuti arisan satu juta yang diadakan waktu acara *Tupperware* di Dapur Diva Ngoro, arisan tersebut di lakukan dalam sepuluh bulan, jadi dalam satu bulan saya membayar Rp. 100.000,00. Lalu ketika saya mendapatkan bonus *star chart*, saya memilih sendiri produk yang saya inginkan yaitu produk Loly seharga Rp. 65.000,00 yang bisa saya tebus dengan harga RP. 11.000,00.”⁵⁴

Pada saat itu memang kebetulan barang yang dipilih adalah barang yang dulunya pernah didapatkan Ita Fitria dari bonus *star chart*. Ada juga member lain yang mendapatkan bonus *star chart* yang disesuaikan sendiri oleh Ita Fitria berdasarkan barang yang sudah ada di rumah namun tetap dengan besaran sesuai perhitungan harga bonus *star chart* seperti diawal, sehingga member tidak bisa memilih produk bonusnya yang lain. Namun terkadang juga bonus *star chart* tersebut tidak diberitahukan secara langsung kepada member, hanya saja Ita Fitria menggantinya dengan potongan harga apabila melakukan pembelian berikutnya. Potongan tersebut biasanya sekitar Rp.5.000 sampai Rp. 30.000 dengan melihat dulu

⁵³ Dewi Maghfiroh, Member di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Januari 2020.

⁵⁴ Ibid.

jumlah pembelian dan harga barang. Ini semua dilakukan hanya menggunakan perkiraan dan terkadang ada sedikit tawar menawar sehingga menimbulkan kesepakatan.⁵⁵

Memang dalam mencapai target pembelanjaan, seorang *upline* biasanya berusaha mencapainya dengan membuat berbagai promo pembelian produk *Tupperware*, sering-sering menawarkan produk melalui media *online* atau menawarkan langsung, membuat arisan bulanan produk *Tupperware* dan jika ada yang membeli terkadang bisa memberi diskon atau bonus barang supaya *downline* tertarik untuk ingin berbelanja lagi.⁵⁶

Salah satu non member bernama Erna Sulistyowati mengaku membeli produk *Tupperware* melalui arisan yang diadakan oleh Ita Fitria. Meskipun Erna Sulistyowati non member, beliau tetap ingin membeli produk ini dengan alasan kualitas barang yang sudah terjamin, aman untuk dipakai dan juga tidak merasa keberatan meskipun harganya tinggi karena pembeliannya bisa dilakukan dengan cara arisan yang mempermudah konsumen untuk tidak langsung membeli secara kontan.⁵⁷

Star chart bisa juga didapatkan dengan melalui arisan yang diadakan seperti arisan Rp. 200.000,00 per lima bulan. Jika ditotal maka uang yang terkumpul selama lima bulan sudah mencapai satu juta, dari arisan ini konsumen sudah bisa mendapatkan bonus *star chart*. Seperti

⁵⁵ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Januari 2020.

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Erna Sulistyowati, Non Member, *Hasil Wawancara*, 13 Juni 2020.

Wiwik Dwi Karyawati yang bertempat tinggal di Bakalan Pulorejo Ngoro Jombang. Beliau mengikuti arisan lima bulan Rp. 200.000,00 dan mendapatkan barang yang diinginkan serta bonus star chart 20. Yang kemudian memilih produk berkode *star chart* dan ditebus hanya dengan harga Rp. 11.000,00 dari awal harga Rp. 75.000,00.⁵⁸

Akad sistem star chart di Agen Alfin Tuppy Jombang yakni bisa mendapatkan bonus jika sudah mencapai minimal pembelanjaan Rp. 1.000.000,00 lalu bonusnya berupa produk *Tupperware* yang tertera dalam katalog dengan kode bintang atau kode *star chart* ataupun bisa juga dengan memilih langsung barang yang ada di stok Agen Alfin Tuppy Jombang dengan kira-kira harga yang sesuai dengan di katalog. Dalam usaha mendapatkan *star chart* para konsumen diberikan kemudahan tidak harus dalam satu waktu membeli produk dengan total tunai satu juta, namun bisa dengan mengikuti arisan yang di tawarkan dengan tujuan mempermudah konsumen dalam pengumpulan dananya sehingga tidak merasa keberatan.



⁵⁸ Wiwik Dwi Karyawati, Member di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, 13 Juni 2020.

BAB IV

ANALISIS FATWA No.75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH PADA PRODUK *TUPPERWARE* DI AGEN ALFIN TUPPY JOMBANG

A. Analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* Di Agen “Alfin Tuppy” Jombang

Strategi penjualan produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang yang dilakukan dengan mengadakan acara perlombaan bersifat mengumpulkan massa serta mengumpulkan dana yang pengalokasiannya sebagian digunakan untuk hadiah pemenang berupa produk *Tupperware* sendiri di Agen Alfin Tuppy Jombang akan dianalisa menggunakan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Adapun ketentuan hukum yang tertera pada Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang berhubungan dengan strategi ini adalah :¹

1. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *garār*, *maysir*, *darar*, *zulm*, maksiat, riba.

¹ Fatwa DSN-MUI No. 62/DSNMUI/ XII/2007.

2. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark up*), sehingga merugikan konsumen. *Excessive mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.

Dalam strategi penjualan produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang dapat dianalisis bahwa strategi yang dilakukan tidak mengandung *garār*, *garār* yang dimaksud dalam fatwa ini adalah transaksi yang tidak jelas. Misalnya pada dana yang dikumpulkan, jenis kegiatan dan segala yang ada didalamnya. Dana yang terkumpul untuk kegiatan perlombaan yang dilakukan oleh Agen Alfin Tuppy Jombang sudah dibuatkan rincian alokasi dana terlebih dahulu untuk kebutuhan perlombaan serta tidak ada unsur *maysir* yaitu sebuah perjudian atau segala sesuatu yang mengandung peruntungan atau taruhan sama sekali tidaklah dilakukan dalam strategi ini.

Dharār adalah melahirkan kesulitan bagi pihak lain secara mutlak, sebagaimana yang dimaksud dalam Fatwa DSN-MUI merupakan unsur yang membahayakan. Namun dalam strategi ini tidak ada indikasi membahayakan sama sekali dalam praktik pelaksanaannya. Pada setiap acara perlombaan yang mengumpulkan dana dan diadakan oleh Agen Alfin Tuppy Jombang terdapat beberapa hak yang bisa didapatkan dari dana tersebut seperti *souvenir* dari produk *Tupperware* yang telah disiapkan bersama dengan pemberian *snack* dan ada hadiah bagi pemenang perlombaan. Tidak ada bentuk praktik yang membuat kesulitan pihak manapun.²

² Jaih Mubarak, *Fikih Muamalah Maliyah Prinsip-Prinsip Perjanjian* ,..., 250.

Dalam mendapatkan keuntungan pada strategi penjualan melalui pemberian hadiah yang anggarannya didapatkan dari pengumpulan dana peserta tidak ada unsur riba, karena sebagian besar peserta yang mengikuti perlombaan tidak merasa dirugikan, sebab masih sebanding dengan yang didapat dan tidak ada kebatilan karena pada dasarnya riba adalah pengambilan tambahan harta secara *bātil*.

Dalam mengumpulkan dana yang pengalokasiannya sebagian digunakan untuk hadiah pemenang berupa produk *Tupperware* sendiri di Agen Alfin Tuppy Jombang tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark up*) yang merugikan konsumen. Meskipun hadiah yang didapatkan pemenang adalah produk *Tupperware* yang *notabene* produk ini memiliki nilai jual tinggi namun Agen Alfin Tuppy Jombang tetap memberikan hadiah tersebut sesuai dengan dana yang dari awal sudah terkumpul, dan tidak ada kenaikan.³

Untuk menentukan harga dalam strategi penjualan sangat perlu diperhatikan. Penjual berhak memperoleh keuntungan asalkan tidak saling merusak kepentingan pembeli dan penjual, karena keuntungan tidak memiliki ukuran tertentu bahkan boleh saja mendapatkan keuntungan dengan jumlah berapapun. Namun dalam pelaksanaan strategi penjualan produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang tidak mengandung kenaikan harga yang berlebihan (*excessive mark up*) dan mengeksploitasi konsumen dengan adanya pengumpulan dana yang dipergunakan untuk setiap perlombaan. Tidak ada

³ Alfin Nurus Sholihah, Manager di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 April 2020.

kenaikan biaya yang berlebihan meskipun hadiah dan *souvenir* yang diberikan merupakan barang bernilai mahal. Pihak Agen Afan Tuppy Jombang hanya mengambil keuntungan sedikit dari total pembelanjaan produk *Tupperware* yaitu dari awal belanja produk *Tupperware* dengan harga *manager*, dan mengalokasikannya untuk perlombaan dengan harga *member* atau bisa juga dengan harga normal. Ini masih wajar karena tidak ada kenaikan harga secara berlebihan mengingat harga *manager* dengan harga *member* memiliki perbedaan dan sudah cukup menguntungkan.⁴

Dengan demikian strategi penjualan yang dilakukan oleh Agen Afan Tuppy Jombang telah sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

B. Analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Akad Sistem *Star Chart* Pada Produk *Tupperware* di Agen Afan Tuppy Jombang

Praktik bisnis Penjualan Langsung Berjenjang *Tupperware* mendukung dan membantu memberikan peluang penghasilan bagi para wanita Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam perekonomian keluarga atau bahkan memaksimalkan potensi yang dimiliki, sarana mengaktualisasikan diri dan menjadi panutan bagi keluarga atau orang-orang di sekelilingnya. Dalam praktiknya bisnis Penjualan Langsung Berjenjang tentang akad sistem *star chart* produk *Tupperware* telah dipaparkan dalam BAB III. *Star chart* merupakan sebuah bonus yang diberikan dengan memberlakukan ketentuan

⁴ Ash-Shadiq Abdurrahman Al-Gharyani, *Fatwa-Fatwa Mu'amalah Kontemporer*,..., 183.

terlebih dahulu, yakni dengan minimal berbelanja satu juta. Ini merupakan iming-iming yang diberikan oleh setiap *upline* kepada *downlinenya* supaya bersedia untuk berbelanja mencapai target yang ditentukan. Karena semakin banyak yang berbelanja dengan target tersebut maka semakin banyak pula keuntungan yang didapat oleh *uplinenya*.

Dalam menganalisis akad sistem *star chart* pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang, peneliti akan berpatokan pada Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Adapun akad yang berlaku pada bonus *star chart* adalah akad *ju'alah* yakni antara *Upline* *Tupperware* dan *downlinennya* dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Downline yang berhasil mencapai pembelian produk *Tupperware* minimal senilai Rp. 1.000.000 akan mendapatkan bonus *star chart*.
2. Bonus *star chart* bisa didapatkan dengan memilih produk sesuai ketentuan *star* yang tertera pada katalog.⁵

Akad *Juā'lah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 62/DSNMUI/XII/2007, adapun dasar yang diterapkan oleh DSN-MUI tentang akad *ju'alah* adalah :⁶

1. Firman Allah tentang Ju'alah:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

⁵ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Januari 2020.

⁶ Fatwa DSN-MUI No. 62/DSNMUI/ XII/2007.

“Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja; dan siapa yang dapat mengembalikannya, akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta,dan aku menjamin terhadapnya" (QS.Yusuf: 72).”

2. Hadith Nabi tentang prinsip bermuamalah:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

"Setiap amalan itu hanyalah tergantung pada niatnya. Dan seseorang akan mendapat ganjaran sesuai dengan apa yang diniatkannya." (HR. Bukhari & Muslim dari Umar bin Khattab)”

Ketentuan hukumnya yaitu bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini sudah dilakukan dengan memberikan bonus sesuai ketentuan yang ada dalam katalog *Tupperware*, dan bisa memilih produk *Tupperware* yang ada di stok Agen Alfin Tuppy Jombang.

Tidak ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh seorang *upline* dan *downline* secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *igra*’. Adapun sebenarnya *igra*’ dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yang positif karena dengan adanya *igra*’ iming-iming atau *insentif* yang dijanjikan, seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras, tanpa ada motivasi maka manusia akan cenderung untuk bermalas-malasan.

Hanya saja motivasi itu tidak boleh berlebihan . Ini menjadi PR bagi pelaku MLM, bagaimana agar motivasi yang diberikan kepada *menternya* dilakukan secara wajar tidak berlebih-lebihan.

Dalam praktik pemberian bonus *star chart* yang mensyaratkan seorang *downline* untuk berbelanja minimal Rp. 1.000.000,00 atau dengan target yang telah ditentukan tidaklah membuat *downline* berjiwa materialis. Adapun bagi *downline* seperti *konsultan* yang ingin berbelanja kepada *managernya* dengan target yang ditentukan mereka berusaha mencapainya dengan membuat berbagai promo, sering-sering menawarkan dan jika ada yang membeli diberi diskon atau bonus barang supaya tertarik untuk ingin berbelanja lagi. Dan bagi *downline* lain yang ingin mendapatkan *star chart* juga tidak perlu merasa keberatan karena ada pembelian dengan sistem arisan yang bisa meringankan. Jika dianalisis menurut batasan ketentuan dalam *igra'* yakni selama iming-iming digunakan sebagai motivasi untuk tidak bermalas-malasan, tidak menimbulkan dampak negatif, dan tidak melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah maka diperbolehkan dan tidak dilarang karena iming-iming yang diberikan oleh upline di Agen Alfin Tuppy Jombang ini bisa dikatakan tidak ada unsur negatif dan tidak melanggar hukum Allah.⁷

Dengan melihat dari ketentuan di atas dapat dikatakan bahwa akad sistem *star chart* pada produk *Tupperware* di Agen Alfin Tuppy Jombang telah sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

⁷ Ita Fitria, Konsultan di Alfin Tuppy Jombang, *Hasil Wawancara*, Jombang, 28 Januari 2020.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui proses panjang akhirnya peneliti sampai pada penghujung pembahasan yang mungkin masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam memandang sebuah masalah perspektif pengetahuan peneliti yang benar-benar masih jauh dari apa yang diharapkan. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Diantaranya adalah sebagai berikut :

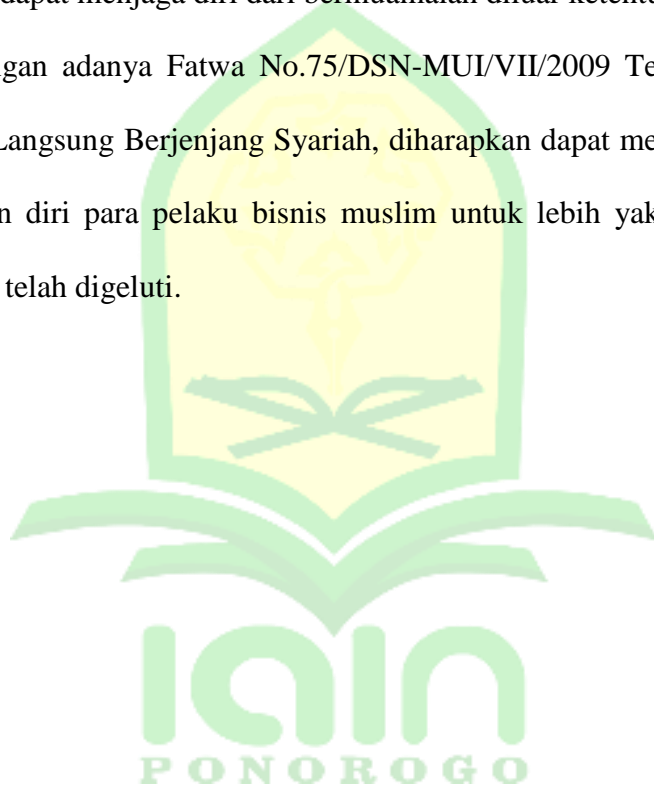
1. Strategi penjualan pada produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* Alfin Tuppy Jombang telah sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Transaksi dalam strategi tersebut tidak mengandung unsur *garār*, *maysir*, *darar*, *zulm*, maksiat, riba serta tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark up*), sehingga merugikan konsumen.
2. Pelaksanaan akad sistem *Star Chart* pada produk *Tupperware* Di Agen *Tupperware* Alfin Tuppy Jombang telah sesuai dengan ketentuan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yakni tidak ada pemberian bonus dari *Upline* kepada *Downlinenya* dengan *igra'* (iming-iming) yang berlebihan, karena pada dasarnya selama iming-iming digunakan sebagai motivasi untuk tidak bermalas-malasan, tidak menimbulkan dampak negatif, dan tidak melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah maka diperbolehkan,

serta dalam praktiknya akad yang digunakan antara *Upline* Tupperware dan *downlinennya* juga telah memenuhi ketentuan akad *jualah*.

B. Saran

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan masyarakat muslim untuk lebih kritis dalam menilai segala bentuk praktik muamalah yang ada di sekitar guna meningkatkan kesadaran hukum ekonomi Islam serta dapat menjaga diri dari bermuamalah diluar ketentuan Islam.

Dengan adanya Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, diharapkan dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri para pelaku bisnis muslim untuk lebih yakin menjalankan bisnis yang telah digeluti.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Azzam. *Fiqh Muamalat System Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: AMZAH. 2010.
- Al-Gharyani, Ash-Shadiq Abdurrahman. *Fatwa-Fatwa Mu'amalah Kontemporer*. terj. A. Syakur. Surabaya : Pustaka Progresif. 2004.
- Amin, Ma'ruf. *Pengantar Dalam Buku Himpunan Fatwa MUI*. Jakarta : Departemen Agama. 2003.
- Arafat, Ulfa Fadhilah. *Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI)* Madiun. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.
- Ash-Shawi, *Problematika Investasi Pada Bank Islam Solusi Ekonomi*, terj. Rafiqah Ahmad. et.al. Jakarta : Migunani. 2008.
- Bhinadi, Ardito. *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*. Yogyakarta : Deepublish. 2012.
- Damanhuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: STAIN Po Press. 2010.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang : Karya Toha Putra. 2002.
- Fatwa DSN-MUI No. 62/DSNMUI/ XII/2007.
- Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009.
- Fauzi, Niki Alma Febriana. *Fatwa di Indonesia: Perubahan Sosial, Perkembangan, dan Keberagaman*. *Jurnal Hukum Novelty*. 1. 2017.

Ghony, Junaidi. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz. 2012.

Habibaty, Diana Mutia. Peranan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Terhadap Hukum Positif Indonesia. Jurnal Legislasi Indonesia. 2017.

<http://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>, (diakses tanggal 30 April 2020, jam 11.13).

Husna, Titik Nur Laila. Pengaruh Motivasi Kerja, Brand Image dan Pemberian Bonus Terhadap Keputusan Menjalankan Bisnis Multi Level Marketing Tupperware Di Ponorogo. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.

Husnia. Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis NU Amoorea (Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada). *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.

IAEI, "Multi Level Marketing Menurut Hukum Islam," dalam <http://www.iaei-pusat.org/article/ekonomi-syariah/multi-level-marketing-menurut-hukum-islam-?language=id>, (diakses tanggal 28 Mei 2020, jam 11.54).

Islahi, A. A. Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah. Terj. Anshari Thayib. Surabaya : PT Bina Ilmu Offset. 1997.

Jauhari, Shofwan. Fatwa MUI Mengenai MLM. STIU Dirosat Islamiyah Al-Hikmah. 2013.

Karim, Helmi. Konsep Ijtihad Majelis Ulama Indonesia Dalam Pengembangan Hukum Islam. Pekanbaru : SusqanPress. 1994.

Kuswara. Mengenal MLM Syariah. Depok: QultumMedia. 2005.

Mubarok, Jaih. Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Ijarah Dan Ju'alah. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2018.

----- Fikih Muamalah Maliyah Prinsip-Prinsip Perjanjian. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2018.

----- Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2018.

Mudzhar, Atho. Pendekatan Studi Islam Dalam Teori Dan Praktik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset. 2008.

Mujib, Fatkul. Perkembangan Fatwa di Indonesia. Nizham. Vol. 04 No. 01. 2015.

Muta'ali, Khabib. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo. Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2016.

Nawawi, Ismail. Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer. Bogor: Ghalia Indonesia. 2012.

Profil Perusahaan.
<http://site.tupperware.co.id/pages/Articlestatic/190110/0019/profil-perusahaan.aspx>, (diakses pada tanggal 25 April 2020, jam 08.22).

Qardhawi, Yusuf. Fatwa Antara Ketelitian dan Kecerobohan. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.

Riadi, M. Erfan. Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam Dan Hukum Positif. Ulumuddin, IV. 2010.

Rohim, Abdul. Pengaruh Harga Dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware. Skripsi. Semarang; Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2015.

Rozalinda. Ekonomi Islam. Depok : Rajagrafindo Persada. 2015.

Sam, Hasanudi. Ichwan dkk. Himpunan Fatwa Keuangan Syariah. Jakarta : Erlangga. 2014.

Soeharto, Irawan. Metodologi Penelitian Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004.

Soewadji, Jusuf. Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2012.

Sudarto. *Masailul Fiqhiyah Al-Haditsah*. Yogyakarta : Deepublish. 2018.

Tentang Kami. dalam www.tupperware.co.id/tentang-kami, (diakses pada tanggal 11 Januari 2020, jam 20.44).

Wahid, Muhammad Luqman. Analisis Bisnis Multi Level Marketing Perusahaan Herbalife Nutrition Berdasarkan Fatwa MUI NO 75 /DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS. Skripsi .Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2019.

