

**PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
TERHADAP BISNIS HERBALIFE DI NUTRITION
CLUB CUPID CERIA KOTA MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

YOSY ARIK PUTRI LESTARI

NIM. 210215004

Pembimbing:

Hj. ATIK ABIDAH, M.S.I.

NIP. 197605082000032001

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

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Yosy Arik Putri Lestari
NIM : 210215004
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Bisnis Herbalife di Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun

Telah diperiksa dan disetujui dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 24 April 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah



Hj. Atik Abidah, M.S.I.

NIP.197605082000032001

Menyetujui,
Pembimbing

Hj. Atik Abidah, M.S.I.

NIP.197605082000032001



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

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudari:

N a m a : Yosy Arik Putri Lestari
NIM : 210215004
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009
Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)
Terhadap Bisnis Herbalife di Nutrition Club Cupid Ceria
Kota Madiun

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

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Mei 2019

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

Hari : Rabu
Tanggal : 22 Mei 2019
Tim Penguji :
1. Ketua Sidang : Dr. Moh. Mukhlas, M.Pd.
2. Penguji 1 : Dr. Hj.Khusniati Rofiah, M.S.I.
3. Penguji 2 : Hj. Atik Abidah, M.S.I.

(*Mukhlas*)
(*Rofiah*)
(*Atik*)



Ponorogo, 22 Mei 2019
Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah,

(Signature)
Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP. 196807051999031001

ABSTRAK

Yosy Arik Putri Lestari. 2019. *Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Bisnis Herbalife di Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun.* Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing. Hj. Atik Abidah, M.S.I.

Kata Kunci: Excessive Markup, *Ighrā'*, *Royalty*

Dalam praktik bisnis Herbalife harga yang diketahui masyarakat relatif mahal dan di sisi lain Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS tidak memperbolehkan adanya harga yang berlebih (*excessive markup*). Kemudian dalam sistem *royalty* terdapat pula eksploitasi dan ketidakadilan yang disebabkan oleh adanya penghasilan pasif yang diperoleh upline dari downline sehingga hal ini bukan merupakan hasil kerja nyata serta *Royalty* tersebut menimbulkan daya tarik luar biasa bagi masyarakat sedangkan dalam fatwa tersebut di atas disebutkan bahwa bonus (*royalty*) harus bebas dari unsur eksploitasi, ketidakadilan, penghasilan pasif dan daya tarik yang luar biasa (*ighrā'*).

Dari latar belakang tersebut penulis merumuskan 3 masalah yang meliputi 1) Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS terhadap *excessive markup*, 2) Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS terhadap sistem Bonus, 3) Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS terhadap konsep *ighrā'* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Madiun*.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan metode penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis yang menggunakan metode induktif, yaitu bertitik tolak dari pengamatan atas masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan bersifat umum.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, 1) Harga produk Herbalife tidak sesuai dengan fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS karena termasuk dalam golongan *Ecessive Markup* karena harga produk yang relatif tinggi dan tidak sesuai dengan hasil produk 2) *Royalty* pada sistem bonus Herbalife sudah sepenuhnya sesuai dengan fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS karena bonus merupakan hasil kerja nyata, jumlahnya sudah jelas, bukan penghasilan pasif dan tidak ada eksploitasi maupun ketidakadilan.3) *Royalty* pada bisnis Herbalife juga sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS yakni tidak termasuk dalam kategori *ighrā'* karena para bebisnis awalnya tidak langsung tertarik dengan bonus dalam bisnis ini namun hanya tertarik pada hasil produk yang ingin mereka capai.

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOSY ARIK PUTRI LESTARI

NIM : 210215004

Fakultas : SYARIAH

Program Studi : HUKUM EKONOMI SYARIAH

Judul Skripsi/Tesis : Perspektif Fatwa DSN MUI No.75 / DSN MUI / VII / 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap Bisnis Herbalife di Nutrition Club Cupid Certa Kota Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis 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 tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 25 Mei 2019

Penulis



YOSY ARIK PUTRI LESTARI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosy Arik Putri Lestari
NIM : 210215004
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

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.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 22 April 2018

Yang menyatakan,



Yosy Arik Putri Lestari
NIM. 210215004

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini di Indonesia sedang marak dengan bisnis yang sangat menarik minat masyarakat, yakni bisnis yang menjanjikan penghasilan tinggi, dan dengan cara yang instan salah satunya adalah *Multi Level Marketing*.

Multi Level Marketing berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, sedangkan *marketing* berarti pemasaran. Jadi, *Multi Level Marketing* pemasaran berjenjang banyak. Disebut *multi level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.¹

Bisnis *Multi Level Marketing* merupakan bagian dari aspek muamalah dalam kehidupan, yang mana memiliki hukum asal boleh (mubah) sesuai dengan kaidah fikih yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ الْإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Asal sesuatu adalah boleh, sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya.²

Sehingga bisnis *Multi Level Marketing* ini pun hukum asalnya adalah boleh (mubah) kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Seperti adanya larangan-larangan dalam melakukan kegiatan usaha, yakni cara yang bathil, unsur perjudian, dzalim, dan cara-cara ribawi.

¹ Gemala Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 193.

² Ridho Rokamah, *al-Qawaid al-Fiqhiyyah Kaidah-kaidah Pengembang Hukum Islam* (Ponorogo: STAIN PO Press, 2015), 53.

Disebutkan pula dalam literatur Hukum Islam, sistem MLM ini dapat dikategorikan pembahasan fikih muamalah dalam kitab *al-buyu'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis MLM ini antara lain adalah konsep jual beli, tolong-menolong dan kerjasama (*ta'āwun*).³ Jadi pada dasarnya, hukum dari MLM adalah mubah (boleh) itu harus memenuhi syarat-syarat sahnya perikatan karena MLM merupakan perdagangan, yakni tidak mengandung unsur riba, ketidakjelasan, merugikan pihak lain, tidak transparan.⁴

Lebih jauh lagi, bahwa di Indonesia sudah ada Majelis Ulama Indonesia yang mana majelis ini mengeluarkan fatwa, salah satunya adalah Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau lazim disebut dengan MLM Syariah. Fatwa tersebut mengatur tentang hukum MLM, yakni memperbolehkan adanya MLM dengan beberapa ketentuan yang harus dipenuhi.⁵

Menurut Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) terdapat 97 jumlah MLM yang sudah terdaftar di dalam asosiasinya,⁶ namun dari 97 perusahaan ini hanya ada 7 perusahaan yang sudah mendapatkan sertifikat DSN MUI, yakni PT Veritra Sentosa Internasional, PT Momen Global

³ Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam*, 195.

⁴ Ibid., 196.

⁵ Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2014), 811.

⁶ APLI Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, "Daftar Anggota," dalam <http://www.apli.or.id/de/anggota/>, (diakses pada tanggal 18 Desember 2018, jam 19.01).

Internasional, PT UFO Kemitraan Bersama Syariah, PT K-Link Nusantara, PT Nusantara Sukses Selalu, PT Singa Langit Jaya (TIENS), PT HPA Indonesia.⁷

Salah satu dari 97 perusahaan itu adalah perusahaan Herbalife namun belum mendapat sertifikat dari DSN-MUI, namun bisnisnya banyak diminati oleh banyak masyarakat di Indonesia. Bahkan sudah merambah ke seluruh dunia termasuk Indonesia dan sudah sampai ke kota-kota yang ada di Indonesia salah satunya Kota Madiun. Bisnis ini sudah menyebar luas di Madiun dan sekitarnya yang salah satunya di Nutrition Club Cupid Ceria Pasar Sleko Kota Madiun.

Perusahaan Herbalife merupakan perusahaan yang memproduksi nutrisi untuk tubuh yang bervariasi jenisnya. Nutrisi ini terbuat dari bahan-bahan alami berkualitas yang kemudian diolah menjadi banyak produk yang sangat bervariasi dan juga memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan, namun dari beberapa manfaat yang dimiliki, perusahaan Herbalife fokus pada pemrograman naik dan turun berat badan yang sangat gencar dipromosikan.

Namun demikian di tengah maraknya bisnis Herbalife dan tingginya minat masyarakat terhadap bisnis Herbalife ini, banyak masalah yang muncul, yakni:

Pertama, harga produk Herbalife ini relatif mahal, tidak sebanding dengan hasil yang gencar dipromosikan, yakni untuk program naik atau turun berat badan. Karena hasil dari naik atau turun berat badan masih tergantung

⁷ Dewan Syariah Nasional MUI, "Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah," dalam <https://dsnmu.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/> , (diakses pada tanggal 18 Desember 2018, jam 10.50).

usaha keras dari konsumen yang ingin naik atau turun berat badan. Padahal rata-rata konsumen dengan harga produk yang mahal mereka juga menginginkan jaminan hasil dari produk yang mereka beli itu, artinya jaminan naik atau turun berat badan. Hal ini terbukti bahwa banyak konsumen Herbalife yang terkadang sudah putus asa atas program naik atau turun berat badan yang mereka jalani karena tak kunjung berhasil dalam pemrograman yang mereka jalani.⁸

Dengan demikian, maka hal ini bisa disebut dengan adanya *excessive markup* (harga/biaya yang berlebihan). Sedangkan ketentuan pada Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), menyatakan bahwa tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.

Kedua, produk Herbalife mempunyai harga yang sudah distandarkan di seluruh Negara dan setiap produk Herbalife memiliki nilai volume poin yang besarnya pun juga sama di seluruh Negara. Saat memesan produk berarti pada saat itu pula konsumen sedang mengakumulasi kredit jumlah volume poin sesuai produk yang dipesan.⁹ Akumulasi volume poin yang dikumpulkan akan dihitung sebagai produk penjualan dan digunakan untuk tujuan kualifikasi dan menghitung pendapatan.

Untuk tujuan kualifikasi yang dimaksud adalah volume poin bisa membentuk tingkatan berjenjang mulai dari level 1 sampai level 11, yakni

⁸ Nikita Maharani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 7 November 2018.

⁹ Herbalife, *Buku 4 Rencana Penjualan & Pemasaran dan Aturan Bisnis*, (t.tp.: t.p., t.th.),

*member, senior consultant, success builder, qualified producer, supervisor, world team, global expansion team, millionaire team, president's team, chairman's club dan yang terakhir founder's circle.*¹⁰

Kemudian untuk pendapatan yang diperoleh ini ada 6 jenis, yakni:

1. Keuntungan Ritel Langsung, adalah keuntungan dari penjualan langsung kepada para konsumen non member, jadi penjualan ini dengan harga normal Herbalife tanpa ada potongan harga, karena memang dijual kepada konsumen non member Herbalife;
2. Keuntungan Grosir Harian, adalah selisih antara harga beli dengan harga jual kepada seorang *member* sampai dengan kualifikasi *qualified producer*, mencapai 25%, 35%, 42% bahkan sampai 50% dari pendapatan pokok;
3. Royalty adalah pendapatan yang yang diperoleh seorang *upline* dari omset penjualan *downline* di bawahnya sebesar 5%;
4. Bonus juga merupakan pendapatan yang diterima *upline* dari omset penjualan *downlinenya* yang bisa bernilai antara 2%-7%, bonus akan ditransfer langsung oleh perusahaan Herbalife pusat pada tanggal 20 di setiap bulannya.¹¹

Sehingga dapat dilihat bahwa Kualifikasi *member* sampai dengan *qualified producer* mendapatkan keuntungan berdasarkan penjualan yang dilakukan secara langsung, artinya mereka mendapatkan keuntungan dari selisih harga yang mereka beli dengan harga jual mereka, yang disebut dengan komisi. Sedangkan mulai kualifikasi *supervisor* ke atas selain memperoleh

¹⁰ Herbalife, *Buku 1 Dasar Bisnis Anda*, (t.tp.: t.p., t.th.), 22.

¹¹ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

keuntungan dari penjualan langsung mereka juga mendapatkan *royalty* dan Bonus jika sudah mencapai volume poin yang ditentukan besarnya oleh perusahaan berupa keuntungan volume poin mulai 2%-7% dari *downlinenya* dan juga bonus perjalanan liburan.

Royalty yang diberikan oleh perusahaan ini terdiri dari beberapa macam yang didasarkan pada jenjangnya, yakni dari *supervisor*, *world team*, *tab team*, *global expansion team*, *millionaire team*, dan *president's team*, *chairman's club* dan yang terakhir *founder's circle*.

Volume poin yang diberikan oleh perusahaan dengan tujuan kualifikasi menjadi salah satu faktor pendukung perolehan *royalty* yang didapatkan mulai level keempat yakni *supervisor* sampai dengan level ke sebelas yakni *founder's circle*, *royalty* tersebut merupakan penghasilan pasif seorang *upline* yang diperoleh dari *downlinenya*.

Sebagai contoh, *royalty override* Bulanan sebesar 5% yang diberikan kepada seorang *supervisor (upline)* yang diperoleh dari 3 level *downlinenya*, hal ini bertentangan dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang menyatakan bahwa tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa, karena dalam hal ini *supervisor* menerima penghasilan pasif dari *downline* kedua dan ketiga. Pada *downline* pertama memang *supervisor* ini memberikan pembinaan secara langsung, tapi tidak pada *downline* level kedua dan ketiga.

Sehingga tidak adil rasanya jika *supervisor* tersebut juga mendapatkan *royalty override* Bulanan sebesar 5%, karena menurut fatwa DSN nomor 75 tahun 2009 bonus yang didapatkan harus dengan syarat adanya prestasi kerja nyata dari hasil penjualan produk barang maupun jasa. Sedangkan dalam hal *royalty override* Bulanan sebesar 5%, hanya bersyarat mampu mempertahankan 3 level *downline*, dan pada kenyataannya *supervisor* tersebut tidak melakukan pembinaan maupun penjualan langsung terhadap 2 level *downline* terbawah yakni *downline* level 2 dan level 3.

Padahal di dalam Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 ini juga ditegaskan bahwa setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. Dengan demikian konsep *royalty* ini masih bertentangan dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009.

Ketiga, royalty yang diberikan perusahaan Herbalife kepada level empat ke atas tersebut juga termasuk dalam kategori *ighrā'* karena bonus ini tidak hanya berupa penghasilan pasif dengan jumlah yang relatif besar yakni sebesar 2%-7% saja, akan tetapi juga berupa perjalanan liburan ke luar negeri, jam tangan mewah, dan juga cincin emas marquis,¹² sehingga menimbulkan daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh *royalty* tersebut. Dengan demikian hal ini bertentangan dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN

¹² Ibid., 5.

MUI/VII/2009 yang menyatakan bahwa “Pemberian komisi atau bonus perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighrā’*.”

Manfaat produk Herbalife yang salah satunya sebagai nutrisi yang bisa menyembuhkan beberapa penyakit secara herbal sering dibutuhkan oleh masyarakat, namun dengan harga produk yang cukup tinggi ini masyarakat dengan kategori menengah ke bawah banyak yang tidak mampu menjangkau sehingga terkadang kesempatan untuk mendapatkan kesembuhan dengan cara non medis tidak bisa mereka dapatkan.

Jadi memang belum ada nilai-nilai pertanggungjawaban sosial yang terkandung di dalam bisnis ini, karena produk-produk Herbalife ini belum menyentuh masyarakat secara keseluruhan dengan harga ramah. Hal ini berarti bahwa produk Herbalife dijual untuk membangun jaringan saja belum untuk membantu menyejahterakan masyarakat dengan kualitas produknya.

Dengan demikian dalam penelitian ini akan membahas bisnis MLM perusahaan Herbalife dalam tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap *excessive markup* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Madiun*?
2. Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap sistem Bonus terhadap Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Madiun*?

3. Bagaimana Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap konsep *ighrā'* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club* Cupid Ceria Madiun?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap *excessive markup* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club* Cupid Ceria Madiun;
2. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap sistem Bonus terhadap Bisnis Herbalife di *Nutrition Club* Cupid Ceria Madiun;
3. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 terhadap konsep *ighrā'* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club* Cupid Ceria Madiun

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan dan memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang *Multi Level Marketing* Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Pebisnis *Multi Level Marketing*

Menambah kehati-hatian dalam berbisnis sehingga dapat berbisnis sesuai dengan syariat Islam.

b. Masyarakat Luas

Lebih terbuka wawasannya terhadap hukum dari *Multi Level Marketing* sehingga dapat lebih selektif terhadap segala bentuk informasi mengenai bisnis ini sehingga dapat menjadi masyarakat yang fleksibel, bijaksana dan tidak gampang menyalahkan hal-hal yang baru didapat.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian literatur/kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan topik dan masalah penelitian. Maka peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan topik dan masalah yang akan diangkat, yakni:

Pertama, Penelitian Oleh Ade Fatmasari Pada Tahun 2013 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru yang berjudul *Multi Level Marketing* Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi). Dalam penelitian ini yang dijadikan masalah adalah Bagaimana *Multi Level Marketing* pada Perusahaan Herbalife, Bagaimana praktik *Multi Level Marketing* yang dilakukan oleh Rumah Sehat Puri Club ditinjau dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 dan Bagaimana Analisis Ekonomi Islam Terhadap *Multi Level Marketing* Rumah Sehat Puri Club di Bagansiapiapi. Temuan penelitian dilapangan menyatakan bahwa *multi level marketing* perusahaan Herbalife adalah boleh, karena tidak mengandung unsur penipuan karena setiap member perusahaan Herbalife memperoleh penghasilan dari hasil penjualan

produk yang dilakukannya, serta bonus (Royalty Overrides) 5% diberi perusahaan Herbalife kepada member yang telah sukses sampai ke level *supervisor* dengan catatan supervisor tersebut harus membimbing dan melatih tiga member dibawahnya untuk menjadi *supervisor* aktif sama seperti dirinya. Sehingga *supervisor* dibawahnya juga memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan bonus. Dari penjelasan ini menunjukkan bahwa perusahaan Herbalife tidak memberi uang riba selain dari hasil jerih payah member dalam menjual produk dan sebagai upah atas jerih payahnya membimbing dan melatih member dibawahnya. Dan *Multi Level Marketing* yang dipraktikkan oleh Rumah Sehat Puri Club telah sesuai dengan Fatwa MUI No.75/VII/2009 yaitu syarat dan rukun dalam jual beli telah terpenuhi ada penjual, pembeli, dan produk yang dijual produk yang halal dan bermanfaat, harga dan akadnya jelas. Dilihat dari tinjauan Ekonomi Islam *Multi Level Marketing* Rumah Sehat Puri Club membuka peluang kerja bagi masyarakat khususnya para member untuk membuka usaha sendiri.¹³

Kedua, penelitian oleh Kiki Yuliana pada tahun 2017 IAIN Ponorogo dengan Dosen Pembimbing Ibu Ely Masykuroh, SE, M.S.I yang berjudul Operasionalisasi *Multi Level Marketing* Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI . Dalam penelitian ini yang dijadikan masalah adalah bagaimana akad *multi level marketing* dan bagaimana sistem bonus *multi level marketing* Oriflame di Ponorogo, jika ditinjau dengan fatwa DSN No.75 Tahun 2009. Hasil dari penelitian ini yang pertama ialah adanya akad

¹³ Ade Fatmasari, "Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi)," *Skripsi* (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2013), ii.

bai murābahah, *wakālah bil ujrah* dan *ijārah* telah sesuai dengan kajian *fiqh* sedangkan *juālah* pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah MLM Oriflame di Ponorogo masih belum sepenuhnya sesuai dengan fatwa DSN MUI karena pada akad *juālah* dalam melakukan sesuatu yang dikerjakannya tidak ada batasan waktunya sedang di Oriflame ada batasan waktunya. Kedua mengenai system bonus di MLM Oriflame di Ponorogo telah sesuai dengan fatwa DSN MUI No.75/DSNMUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹⁴

Ketiga, penelitian oleh Khabib Mutaali pada tahun 2016 IAIN Ponorogo dengan Dosen Pembimbing Ibu Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I. yang berjudul Analisis Hukum Islam terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Kurnia Ponorogo. Dalam penelitian ini yang dijadikan masalah adalah pemberian harga dengan membedakan antara member dan non member. Bagi non member diberikan harga normal, tetapi bagi member ada potongan harga tersendiri. Setelah melakukan penelitian dan menganalisis data dari lapangan penulis menyimpulkan bahwa: 1) Praktik sistem bonus Stokis HPAI Kurnia Ponorogo memenuhi kriteria fatwa DSN MUI dibuktikan dengan terpenuhinya klasifikasi bahwa bonus yang diberikan berdasarkan kerja nyata, transparansi yang jelas, sistem yang tidak mendukung terjadinya *ighrā'*, tidak adanya eksploitasi dalam pelaksanaan prosedur pembagian bonus. 2) Secara hukum Islam terhadap penetapan harga pada Stokis HPAI Kurnia Ponorogo adalah dibolehkan karena member secara

¹⁴ Kiki Yuliana, "Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017), 2.

otomatis menjalankan fungsi perusahaan tidak ada unsur *gharār* dan penipuan.¹⁵

Keempat, penelitian oleh Lailatul Munawaroh pada tahun 2018 IAIN Ponorogo dengan Dosen Pembimbing Ibu Hj. Atik Abidah, M.S.I. yang berjudul Analisis Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Bisnis Paytren. Dalam penelitian ini yang dijadikan masalah adalah bagaimana analisis Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang pedoman PLBS terhadap produk pada bisnis PayTren, dan bagaimana analisis Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang pedoman PLBS terhadap bonus pada bisnis PayTren. Dari penelitian ini disimpulkan bahwasanya: 1) Produk dalam bisnis Paytren telah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 bahwa “adanya objek riil yang diperjualbelikan berupa barang atau jasa dan produk yang diperdagangkan Paytren bukan suatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.” Namun mengenai harga produk Paytren, tidak sesuai dengan fatwa DSN-MUI bahwa “tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh.” Karena harga produk Paytren mahal dibandingkan dengan bisnis MLM lainnya. Dan juga tidak sepadan dengan manfaatnya, karena dibatasi hak penggunaannya. 2) Dalam bonus Paytren, ada empat bonus (bonus leadership, bonus generasi sponsor, bonus generasi leadership

¹⁵ Khabib Mutaali, “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2016), vii.

dan bonus cashback transaksi) yang tidak sesuai dengan fatwa DSN-MUI bahwa “komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja yang nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS,” nyatanya bonus-bonus tersebut diperoleh bukan dari hasil penjualan produk. Dan juga ke empat bonus tersebut diperoleh dengan cara pasif, maka bertentangan dengan fatwa DSN-MUI: “tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang atau jasa,” karena dengan perolehan tersebut hanya akan mengkayakan *upline*-nya. Walaupun dalam bonus atau komisi Paytren tidak menimbulkan *ighra*“, tetapi terjadi ketidakadilan dalam sistem perolehan bonus dan anggota pertama akan semakin mendapat keuntungan yang lebih besar ketimbang anggota yang daftarnya belakangan. Hal ini yang bertentangan dengan fatwa: “Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota yang berikutnya.”¹⁶

Kelima, penelitian oleh Ulfa Fadhilah Arafat pada tahun 2018 IAIN Ponorogo dengan Dosen Pembimbing Ibu Hj. Atik Abidah, M.S.I. yang berjudul Analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Dalam penelitian ini yang dijadikan

¹⁶Lailatul Munawaroh, “Analisis Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Bisnis Paytren,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), ii.

masalah adalah bagaimana analisis fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 tentang MLM terhadap akad dalam jual beli pulsa di Duta Network Indonesia (DNI) Madiun, bagaimana analisis Fatwa DSN MUI No 75 Tahun 209 terhadap komisi (keuntungan) dan bonus dalam transaksi jual beli pulsa di Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Dari penelitian ini, yang pertama dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan akad yang meliputi akad *bai murābahah*, *wakālah bil ujrah*, *juālah* 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.¹⁷

Keenam, penelitian oleh Ervin Putri Kurniasari pada tahun 2018 Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Ponorogo dengan Dosen Pembimbing Ibu Hj. Atik Abidah, M.S.I. yang berjudul Tinjauan Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia (MSI) di Madiun. Dalam penelitian ini yang dijadikan

¹⁷Ulfa 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), vii.

masalah adalah bagaimana tinjauan Fatwa DSN MUI terhadap Produk *Multi Level Marketing* MSI di Madiun, bagaimana tinjauan Fatwa DSN MUI terhadap sistem bonus *Multi Level Marketing* MSI di Madiun. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 12 poin kriteria MSI memenuhi 11 poin kriteria yang ditetapkan Fatwa DSN MUI. Satu poin yang tidak memenuhi yaitu *excessive markup* atau kelebihan harga yang masih terjadi pada beberapa produk MSI. Hal itu tidak menjadi masalah karena setiap perusahaan berhak mematok harga produk sesuai dengan bahan dan kegunaan dari produk tersebut. Tidak semua produk MSI ada produk halalhnya. Pada umumnya, yang mendapatkan perhatian khusus adalah produk yang berbasis hewani, karena dikhawatirkan produk yang berbasis hewani berawal dari lemak babi. Pada sistem bonus yang diberikan kepada anggota atau member MSI di Madiun sudah sesuai dengan Fatwa DSN MUI, karena setiap anggota MSI berhak mendapatkan bonus apabila mampu menjualkan beberapa produk yang ditentukan oleh perusahaan atau sesuai yang ditetapkan pada plan yang dipilih.¹⁸

Dari beberapa penelitian di atas penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini ada sedikit kesamaan dengan penelitian yang berjudul *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi)*, namun ada perbedaan mendasar, yakni *pertama*, penelitian yang berjudul

¹⁸ Ervin Putri Kurniasari, "Tinjauan Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia (MSI) di Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), vii.

Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi) membahas tentang *royalty overrides* saja ini menandakan bahwa *royalty* yang diteliti hanya pada jenjang *supervisor* saja dan baru membahas satu *royalty* sedangkan dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti *royalty* dari *supervisor ke atas*, yakni pada jenjang *world team*, *tab team*, *global expansion team* dan *millionaire team* ini berarti bahwa *royalty* yang diteliti sudah berbeda dan lebih bervariasi karena disini selain *royalty* 2%-7% namun juga ada bonus perjalanan liburan, jam tangan mewah dan cincin emas *marquis*. Kedua, pada penelitian yang berjudul *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi)* cenderung membahas akad jual beli produk Herbalife, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini sudah tidak membahas itu, namun membahas tentang *excessive mark up* atas harga dari produk Herbalife. Ketiga, pada penelitian yang berjudul *Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi)* tidak membahas tentang konsep *ighrā'*, sedangkan dalam penelitian ini akan dibahas juga konsep *ighrā'* atas *royalty* yang diberikan oleh perusahaan Herbalife khususnya yang terjadi di *Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistic apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat. Dengan kata lain, penelitian lapangan itu pada umumnya bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.¹⁹ Peneliti memilih jenis penelitian ini karena akan meneliti bisnis MLM Herbalife yang telah benar-benar terjadi di Kota Madiun.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.²⁰

2. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam hal ini sebagai pemeran serta, yakni peranan pengamat secara terbuka diketahui oleh umum bahkan mungkin ia

¹⁹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah* (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010),

6.

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya),

6.

tahu mereka disponsori oleh para subjek.²¹ Dalam hal ini peneliti memang sebagai salah satu member dari perusahaan Herbalife akan tetapi tidak masuk pada level penerima *royalty* .

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah di *Nutrition Club* Cupid Ceria Kota Madiun. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena pemilik *Nutrition Club* Cupid Ceria Kota Madiun sudah masuk pada jenjang *global expansion team* dan juga mempunyai mentor yang sudah *Millionare Team* sehingga akan dapat melakukan penelitian sesuai dengan tujuan yakni menggali data tentang *royalty* mulai dari *supervisor, world team, tab team, global expansion team, millionare team dan president's team*.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Penelitian untuk menyusun skripsi ini, menjadi suatu hasil penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang ingin penulis bahas, maka diperlukan data-data *valid* terkait Analisis terhadap Bisnis Herbalife. Di antara data-data tersebut ialah data tentang *excessive markup*, sistem *royalty* dan konsep *Ighrā'*.

²¹ Ibid., 177.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara kepada pemilik *Nutrition Club* Cupid Ceria Kota Madiun dan juga konsumen *Nutrition Club* Cupid Ceria, untuk mendapatkan keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah dari Buku yang berkaitan dengan permasalahan ini, yaitu buku tentang MLM Syariah, Bisnis Islam, dan Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sebab bagi peneliti kualitatif fenomena dapat dimengerti maknanya secara baik, apabila dilakukan interaksi dengan subyek melalui wawancara mendalam dan observasi pada latar dimana fenomena tersebut berlangsung dan di samping itu untuk melengkapi data juga diperlukan dokumentasi. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik, yakni:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang mana dua orang atau lebih bertatap muka

mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.²²

b. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud disini dapat berupa foto atau dokumen-dokumen yang bisa digunakan untuk membantu penelitian ini.

6. Analisis Data

Penelitian kualitatif menggunakan analisis induktif, yakni dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan. Analisis data di dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Dengan demikian, temuan penelitian di lapangan yang kemudian dibentuk ke dalam bangunan teori, hukum, bukan dari teori yang telah ada melainkan dikembangkan dari data lapangan (induktif).²³ Penelitian ini diawali dengan cara menemukan masalah melalui observasi di lapangan yakni adanya sistem volume poin dan sistem *royalty* pada praktik *Multi Level Marketing* Herbalife yang kemudian dikaitkan dengan teori yang sudah ada, yakni teori Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi dalam pengecekan keabsahan data. Triangulasi dalam pengujian diartikan sebagai pengecekan

²² Ibid., 83.

²³ Nurul Zuhriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 93.

data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data, yakni dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.²⁴ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini tidak hanya satu jadi data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari teknik saja, yakni ada tiga berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

G. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan dalam skripsi ini terarah dan sistematis, maka penulis memaparkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I berisi tentang Pendahuluan. Bab ini merupakan gambaran dari seluruh isi skripsi yang ditulis yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang Teori, yakni Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam Fatwa DSN MUI. Yang di dalamnya juga memuat tentang Dewan Syariah Nasional MUI, *Multi Level Marketing*, *Multi Level Marketing* Syariah, Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

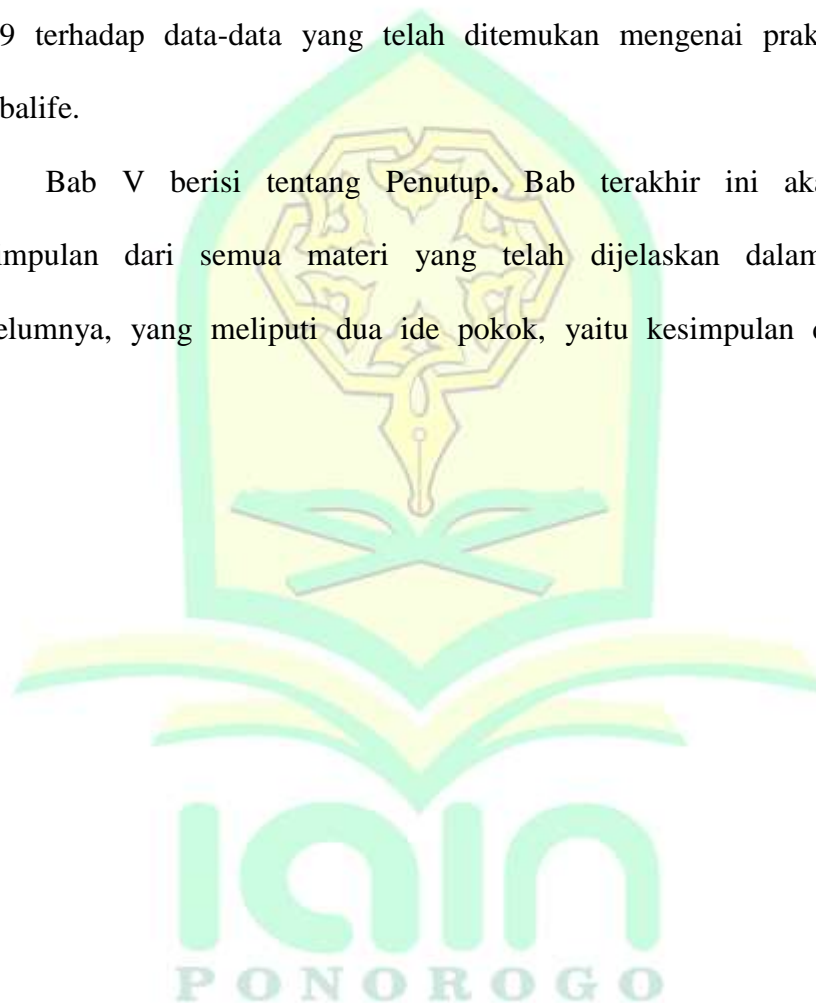
Bab III berisi tentang gambaran umum bisnis Perusahaan Herbalife. Bab ini merupakan deskriptif data, berupa pemaparan tentang gambaran

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Malang: Alfabeta, 2013), 273.

umum mengenai bisnis Herbalife dan khususnya Bisnis Herbalife yang ada di Nutrition Club Cupid Ceria. Pertama membahas Profil Herbalife, harga produk Herbalife, dan sistem Bonus dalam *Multi Level Marketing* Herbalife.

Bab IV berisi tentang Analisis Operasionalisasi Bisnis Herbalife di Kota Madiun. Bab ini merupakan analisis Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 terhadap data-data yang telah ditemukan mengenai praktik Bisnis Herbalife.

Bab V berisi tentang Penutup. Bab terakhir ini akan ditarik kesimpulan dari semua materi yang telah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, yang meliputi dua ide pokok, yaitu kesimpulan dan saran.



BAB II

**FATWA DSN MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 TENTANG PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)**

A. Konsep Fatwa

Fatwa ialah suatu perkataan dari bahasa Arab yang memberi arti pernyataan hukum mengenai suatu masalah yang timbul kepada siapa yang ingin mengetahuinya, barang siapa yang ingin mengetahui sesuatu hukum syara' tentang suatu masalah agama, maka perlu bertanya kepada orang yang dipercayai dan terkenal dengan keilmuannya dalam bidang ilmu agama (untuk mendapat keterangan mengenai hukum tentang masalah itu).

Dengan demikian pengertian fatwa berarti menerangkan hukum-hukum Allah SWT berdasarkan pada dalil-dalil syariah secara umum dan menyeluruh. Keterangan hukum yang telah diberikan itu dinamakan fatwa. Orang yang meminta atau menanyakan fatwa disebut *mustafti*, sedang yang dimintakan untuk memberikan fatwa disebut *mufthi*.²⁵

B. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia

1. Profil Lembaga DSN MUI

Majelis Ulama Indonesia adalah MUI atau Majelis Ulama Indonesia adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang mewadahi ulama, zu'ama, dan cendikiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada

²⁵ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 5.

tanggal, 7 Rajab 1395 Hijriah, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, Indonesia.

MUI berdiri sebagai hasil dari pertemuan atau musyawarah para ulama, cendekiawan dan zu'ama yang datang dari berbagai penjuru tanah air, antara lain meliputi dua puluh enam orang ulama yang mewakili 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, Math'laul Anwar, GUPPI, PTDI, DMI dan Al Ittihadiyyah, 4 orang ulama 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 adalah sebuah kesepakatan untuk membentuk wadah tempat bermusyawarahnya para ulama, zuama dan cendekiawan muslim, yang tertuang dalam sebuah "Piagam Berdirinya MUI," yang ditandatangani oleh seluruh peserta musyawarah yang kemudian disebut Musyawarah Nasional Ulama I. Momentum berdirinya MUI bertepatan ketika bangsa Indonesia tengah berada pada fase kebangkitan kembali, setelah 30 tahun merdeka, di mana energi bangsa telah banyak terserap dalam perjuangan politik kelompok dan kurang peduli terhadap masalah kesejahteraan rohani umat.

Dalam perjalanannya, selama dua puluh lima tahun, Majelis Ulama Indonesia sebagai wadah musyawarah para ulama, zu'ama dan cendekiawan muslim berusaha untuk:

- a. Memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat Islam Indonesia dalam mewujudkan kehidupan beragama dan bermasyarakat yang diridhoi Allah Subhanahu wa Ta'ala;
- b. Memberikan nasihat dan fatwa mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada Pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kegiatan bagi terwujudnya ukhwah Islamiyah dan kerukunan antar-umat beragama dalam memantapkan persatuan dan kesatuan bangsa serta;
- c. Menjadi penghubung antara ulama dan umaro (pemerintah) dan penterjemah timbal balik antara umat dan pemerintah guna mensukseskan pembangunan nasional;
- d. Meningkatkan hubungan serta kerjasama antar organisasi, lembaga Islam dan cendekiawan muslimin dalam memberikan bimbingan dan tuntunan kepada masyarakat khususnya umat Islam dengan mengadakan konsultasi dan informasi secara timbal balik.

Sampai saat ini Majelis Ulama Indonesia mengalami beberapa kali musyawarah nasional, dan mengalami beberapa kali pergantian Ketua Umum, pada tahun 1977 sampai dengan tahun 1981 Ketua Umum MUI adalah Prof. Dr. Hamka. Pada tahun 1981 sampai dengan tahun 1983 Ketua Umum MUI adalah KH. Syukri Ghozali. Kemudian pada tahun 1983 sampai dengan tahun 1990 Ketua Umum MUI adalah KH. Hasan Basri. Pada tahun 1990 sampai

dengan tahun 2000 Ketua Umum MUI adalah Prof. KH. Ali Yafie. Pada tahun 2000 sampai dengan tahun 2014 Ketua Umum MUI adalah KH. M. Sahal Mahfudz. Pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2015 Ketua Umum MUI adalah Prof. Dr. HM. Din Syamsuddin hingga mulai tahun 2015 sampai dengan sekarang Ketua Umum MUI adalah Prof. Dr. KH. Ma`ruf Amin.²⁶

Selanjutnya Dewan Syariah Nasional adalah dewan yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia sehingga, Dewan Syariah Nasional merupakan bagian dari Majelis Ulama Indonesia yang ditugaskan untuk menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan aktivitas lembaga keuangan syariah. Dewan Syariah Nasional membantu pihak terkait seperti Departemen keuangan, Bank Indonesia, dan lain-lain dalam menyusun peraturan atau ketentuan untuk lembaga keuangan syariah.

Keanggotaan Dewan Syariah Nasional terdiri dari para ulama, praktisi, dan para pakar dalam bidang yang terkait dengan muamalah syariah. Keanggotaan Dewan Syariah Nasional ditunjuk oleh MUI untuk masa bakti 5 tahun.²⁷

2. Tugas Pokok Dewan Syariah Nasional

- a. Menumbuh-kembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan keuangan pada khususnya;
- b. Mengeluarkan fatwa atas jenis-jenis kegiatan keuangan;
- c. Mengeluarkan fatwa atas produk dan jasa keuangan syariah;

²⁶ Majelis Ulama Indonesia, "Sejarah MUI," dalam <https://mui.or.id/sejarah-mui/>, (diakses pada tanggal 5 januari 2019, jam 09.45).

²⁷ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 4.

d. Mengawasi penerapan fatwa yang telah dikeluarkan.²⁸

3. Wewenang Dewan Syariah Nasional

- a. Mengeluarkan fatwa yang mengikat Dewan Pengawas Syariah di masing-masing lembaga keuangan syariah dan menjadi dasar tindakan hukum pihak terkait;
- b. Mengeluarkan fatwa yang menjadi landasan bagi ketentuan/peraturan yang dikeluarkan oleh instansi yang berwenang, seperti (Kementerian Keuangan) dan Bank Indonesia;
- c. Memberikan rekomendasi dan/atau mencabut rekomendasi nama-nama yang akan duduk sebagai Dewan Pengawas Syariah pada suatu lembaga keuangan syariah;
- d. Mengundang para ahli untuk menjelaskan suatu masalah yang diperlukan dalam pembahasan ekonomi syariah, termasuk otoritas moneter/lembaga keuangan dalam maupun luar negeri;
- e. Memberikan peringatan kepada lembaga keuangan syariah untuk menghentikan penyimpangan dari fatwa yang telah dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional;
- f. Mengusulkan kepada instansi yang berwenang untuk mengambil tindakan apabila peringatan tidak diindahkan.²⁹

4. Dewan Pengawas Syariah

- a. Dewan Pengawas Syariah melakukan pengawasan secara periodik pada lembaga keuangan syariah yang berada di bawah pengawasannya;

²⁸ Ibid., 5.

²⁹ Ibid., 5.

- b. Dewan Pengawas Syariah berkewajiban mengajukan usul-usul pengembangan lembaga keuangan syariah kepada pimpinan lembaga yang bersangkutan dan kepada Dewan Syariah Nasional;
- c. Dewan Pengawas Syariah melaporkan perkembangan produk dan operasional lembaga keuangan syariah yang diawasinyaa kepada Dewan Syariah Nasional sekurang-kurangnya dua kali dalam satu tahun anggaran;
- d. Dewan Pengawas Syariah merumuskan permasalahan-permasalahan yang memerlukan pengawasan Dewan Syariah Nasional.³⁰

5. Mekanisme Kerja Dewan Syariah Nasional

Berdasarkan SK Dewan Pimpinan MUI tentang Pembentukan DSN No. Kep-754/MUI/II/1999 pada poin E tentang Mekanisme Kerja DSN dapat disimpulkan sebagai berikut sesuai dengan Pedoman Rumah Tangga DSN No. 2 tahun 2000, yaitu:

- a. Dewan Syariah Nasional mensahkan rancangan fatwa yang diusulkan oleh Badan Pelaksana Harian DSN;
- b. Dewan Syariah Nasional melakukan rapat pleno paling tidak satu kali dalam tiga bulan, atau bilamana diperlukan;
- c. Setiap tahunnya membuat suatu pernyataan yang dimuat dalam laporan tahunan (*annual report*) bahwa lembaga keuangan syariah yang bersangkutan telah/tidak memnuhi segenap ketentuan syariah sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional.³¹

³⁰ Ibid., 6.

³¹ Ibid., 6.

C. *Multi Level Marketing* Syariah

1. Konsep Dasar *Multi Level Marketing* (MLM)

Perlu ditegaskan disini, bahwa *Multi Level Marketing* merupakan bagian dari Penjualan Langsung (*Direct Selling*). Pada dasarnya Penjualan Langsung (*Direct Selling*) terdiri dari 3 jenis yakni, *multi level marketing*, *single level marketing* dan *limited level marketing*. Ketiganya memiliki karakteristik yang berbeda walaupun sama-sama masuk dalam kategori Penjualan Langsung.³²

Penjualan Langsung (*direct selling*) bermakna sebagai metode penjualan barang dan atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran teta oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha. Bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar.³³

Multi level marketing berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, sedangkan *marketing* berarti pemasaran. Jadi, *Multi level marketing* pemasaran berjenjang banyak. Disebut *multi level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.³⁴

Di Indonesia, usaha-usaha yang berbasis penjualan langsung tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Dalam bahasa Inggris

³² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Tangerang: Amal Actual, 2005) 18.

³³ Ibid., 16.

³⁴ Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam*, 193.

APLI disingkat IDSA (Indonesian Direct Selling Association), tergabung dalam Worl Federation of Direct Selling Associations (WFSDA).³⁵

Multi Level Marketing disebut juga sebagai *networking marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.

Menurut Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) ada 97 perusahaan *multi level marketing* di Indonesia yang bergabung dalam organisasinya tersebut, dan dari 97 perusahaan tersebut Perusahaan Herbalife pun masuk di dalamnya.³⁶

Sistem perdagangan *multi level marketing* dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu;
- b. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (*member*) dari perusahaan;
- c. Sesudah menjadi member, maka tugas berikutnya adalah mencari calon *member-member* baru dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan;

³⁵ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 16.

³⁶ APLI Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia, "Daftar Anggota," dalam <http://www.apli.or.id/de/anggota/>, (diakses pada tanggal 18 Desember 2018, jam 19.01).

- d. Para *member* baru juga bertugas mencari calon *member-member* baru lagi dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan;
- e. Jika *member* mampu menjaring *member-member* baru yang banyak, maka ia akan mendapatkan bonus dari perusahaan. Semakin banyak banyak *member* yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang akan didapatkan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan banyaknya *member* yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan;
- f. Dengan adanya *member* baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka *member* yang berada di level pertama (*member* awal/pelopor), kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya *member-member* baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.

Sistem MLM ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan produknya karena tidak melibatkan distributor, agen tunggal, grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Dengan cara ini, biaya pemasaran dan distribusi (transformasi, sewa gedung, gaji, komisi tenaga penjualan dan lain-lain) dapat dialihkan kepada distributor independen dengan suatu sistem berjenjang yang umumnya disesuaikan dengan pencapaian target penjualan atau omzet distributor yang bersangkutan.³⁷

³⁷ Sudarto, *Masailul Fiqhiyah al-Haditsah* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 10.

2. Multi Level Marketing (MLM) Menurut Hukum Islam

Sistem *multi level marketing* ini dapat dikategorikan pembahasan fikih muamalah dalam kitab *al-Buyū'* mengenai perdagangan atau jual beli. Oleh karena itu, dasar hukum yang dapat dijadikan panduan bagi umat Islam terhadap bisnis MLM ini antara lain adalah konsep jual beli, tolong-menolong dan kerjasama (*ta'āwun*).³⁸ Jadi pada dasarnya, hukum dari MLM adalah mubah (boleh) asalkan tidak mengandung unsur riba, ketidakjelasan, merugikan pihak lain, tidak transparan.³⁹

Selain itu, dalam hal hukum dari MLM yang mubah (boleh) itu juga dengan beberapa syarat berikut:

Pertama, tidak boleh dilakukan dengan cara-cara yang bathil dan yang merusak. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Alquran surat al-Nisa' ayat 29⁴⁰:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا⁴¹

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.⁴²

³⁸Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam*, 195.

³⁹Ibid., 196.

⁴⁰Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 85.

⁴¹Alquran, 4: 29.

⁴²Departemen Agama RI, *al-Qur'an*, 153.

Kedua, tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang dalam bentuk perjudian atau ada kemiripan dengan perjudian, seperti kegiatan spekulasi. Hal ini sejalan dengan firman Allah Surat al-Maidah ayat 90⁴³:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ

عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾⁴⁴

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.⁴⁵

Ketiga, tidak saling menzalimi dan saling merugikan, sebagaimana dinyatakan dalam surat al-Baqarah ayat 279⁴⁶:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^{صل} وَإِنْ تَبَتُّمُ فَلكُمْ رُءُوسُ

أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾⁴⁷

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.⁴⁸

Keempat, tidak berlaku curang dalam takaran, timbangan ataupun pemalsuan kualitas, sebagaimana tergambar dalam surat al-A'laa ayat 1-3⁴⁹:

⁴³ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 85.

⁴⁴ Alquran, 5: 90.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *al-Qur'an*, 28.

⁴⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 85.

⁴⁷ Alquran, 2: 279.

⁴⁸ Departemen Agama RI, *al-Qur'an*, 87.

⁴⁹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 86.

سَبِّحْ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى ﴿١﴾ الَّذِي خَلَقَ فَسَوَّى ﴿٢﴾ وَالَّذِي قَدَّرَ فَهَدَى ﴿٣﴾

Sucikanlah nama Tuhanmu yang Maha Tinggi. Yang Menciptakan, dan menyempurnakan (penciptaan-Nya). Dan yang menentukan kadar (masing-masing) dan memberi petunjuk.⁵¹

Kelima, tidak mempergunakan cara-cara yang ribawi atau dengan sistem bunga. Bunga adalah bagian dari riba yang diharamkan, sebagaimana dinyatakan dalam firman-Nya⁵²:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧١﴾

Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.⁵⁴

Namun dalam Literatur lain menyatakan bahwa hukum MLM adalah haram, dengan alasan:

- a. Melakukan dua macam akad sekaligus dalam satu transaksi adalah haram;
- b. Di dalam MLM terdapat makelar berantai, sebenarnya makelar di dalam Islam diperbolehkan, yaitu transaksi di mana pihak pertama mendapatkan imbalan atau usahanya memasarkan produk dan mempertemukannya dengan pembelinya. Adapun makelar dalam MLM bukanlah memasarkan produk, tetapi memasarkan komisi. Maka, kita dapatkan setiap anggota MLM memasarkan produk kepada orang yang akan memasarkan dan

⁵⁰ Alquran, 87: 1-3.

⁵¹ Departemen Agama RI, *al-Qur'an*, 1247.

⁵² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 86.

⁵³ Alquran, 2: 276.

⁵⁴ Departemen Agama RI, *al-Qur'an*, 86.

seterusnya, sehingga terjadilah pemasaran berantai. Dan ini tidak dibolehkan karena akadnya mengandung ketidakjelasan;

- c. Di dalam MLM terdapat unsur perjudian, karena seseorang ketika membeli salah satu produk yang ditawarkan sebenarnya niatnya bukan karena ingin memanfaatkan atau memakai produk tersebut akan tetapi membelinya sekedar untuk *point* yang nilainya jauh lebih besar dari harga barang tersebut. Sedangkan nilai yang diharapkan tersebut belum tentu ia dapatkan;
- d. Di dalam MLM terdapat banyak unsur ketidakjelasan, karena anggota yang sudah membeli produk tadi., mengharap keuntungan yang lebih banyak. Tetapi dia sendiri tidak mengetahui apakah berhasil mendapatkan keuntungan tersebut atau malah merugi;
- e. Di dalam MLM terdapat hal-hal yang bertentangan dengan kaidah umum jual beli;
- f. Sebagian Ulama mengatakan bahwa transaksi dengan sistem MLM mengandung riba *faḍl*, karena anggotanya membayar sejumlah kecil dari hartanya untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar darinya, seakan-akan ia menukar uang dengan jumlah yang berbeda. Inilah yang disebut riba *faḍl*.⁵⁵

Pandangan syariat tentang masalah *multi level marketing* ini sangat bervariasi sekali, karena ada sekian banyak sistem dan aturan main dalam *multi level marketing* ini yang berbeda-beda secara prinsip. Dimana masing-masing perusahaan menerapkan kebijakan yang berbeda-beda sesuai dengan selera

⁵⁵ Sudarto, *Masailul Fiqhiyah*, 20.

mereka masing-masing. Karena itu tidak bisa menggeneralisir hukum dari *multi level marketing*, perlu adanya kajian mendalam dan terpadu atas masing-masing perusahaan itu dan bagaimana cara mereka melaksanakan sistem kerjanya.⁵⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa, hukum dari *multi level marketing* masih merupakan ikhtilaf dengan argumen dan dasar hukum yang sudah disebutkan di atas.

3. *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah

Multi level marketing syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, sistem MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah.

Tidak mengherankan jika visi misi MLM konvensional akan berbeda total dengan MLM syariah. Visi MLM syariah tentu saja tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tapi keuntungan untuk dunia dan akhirat orang-orang yang terlibat di dalamnya. Pelaku MLM syariah juga berbeda dalam hal motivasi dan niat, orientasi, produk, sistem pengelolaan, pengawasan, dan sebagainya.

The Islamic Food and Nutrition of America (IFANCA) telah mengeluarkan edaran tentang produk MLM halal dan dibenarkan oleh agama

⁵⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 87.

yang diteken langsung oleh M. Munir Chaudry, Ph.D selaku Presiden IFANCA. Dalam edarannya IFANCA mengingatkan umat Islam untuk meneliti dahulu kehalalan suatu Bisnis MLM sebelum bergabung ataupun menggunakan produknya, yaitu dengan mengkaji aspek:

- a. *Marketing Plan*-nya, apakah ada unsur skema piramida atau tidak. Kalau ada unsur piramida, yaitu distributor yang lebih duluan masuk selalu diuntungkan dengan mengurangi hak distributor belakangan sehingga merugikan *downline* dibawahnya, maka hukumnya adalah haram;
- b. Apakah perusahaan MLM, memiliki *track record* positif dan baik. Ataukah tiba-tiba muncul dan misterius, apalagi yang banyak kontroversinya;
- c. Apakah produknya mengandung zat-zat yang diharamkan atukah tidak, dan apakah produknya memiliki jaminan untuk dikembalikan atau tidak;
- d. Apabila perusahaan lebih menekankan pada aspek *targeting* penghimpunan dana dan menganggap bahwa produk tidak penting atau hanya sebagai kedok, apalagi uang pendaftarannya cukup besar nilainya, maka patut dicurigai sebagai arisan berantai (*money game*) yang menyerupai judi;
- e. Apakah perusahaan MLM menjanjikan kaya mendadak tanpa bekerja atukah tidak demikian.⁵⁷

Selain kriteria di atas perlu diperhatikan pula hal-hal berikut:

- a. Transparansi penjualan dan pembagian bonus serta komisi penjualan, di samping pembukuan yang menyangkut perpajakan dan perkembangan *networking* atau jaringan level, melalui laporan otomatis secara periodik;

⁵⁷ Ibid., 98.

- b. Penegasan motif dan tujuan bisnis MLM sebagai sarana penjualan langsung produk barang maupun jasa yang bermanfaat, dan bukan permainan uang;
- c. Meyakinkan kehalalan produk yang menjadi obyek transaksi riil (*underlying transaction*) dan tidak mendorong kepada kehidupan boros, hedonis, dan membahayakan eksistensi produk muslim maupun lokal;
- d. Tidak adanya *excessive markup* atas harga produk yang diperjualbelikan di atas *covering* biaya promosi dan marketing konvensional;
- e. Harga barang dan bonus (komisi) penjualan diketahui secara jelas sejak awal dan dipastikan kebenarannya saat transaksi;
- f. Tidak adanya eksploitasi pada jenjang manapun antar distributor ataupun antara produsen dan distributor, terutama dalam pembagian bonus yang merupakan cerminan hasil usaha masing-masing.⁵⁸

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *multi level marketing* Syariah, di samping dari segi prinsip-prinsip syariah dapat dipertanggung jawabkan. Maka dari itu *multi level marketing* Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif bagi kebangkitan ekonomi umat Islam Indonesia saat ini. Karena orientasi bisnisnya tidak hanya untuk meraih kebahagiaan di dunia saja, tapi juga untuk meraih kebahagiaan di akhirat kelak.⁵⁹

⁵⁸ Ibid., 99.

⁵⁹ Ibid., 114.

D. Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

1. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Saat ini di masyarakat telah berkembang sistem pemasaran barang dan jasa yang menggunakan sistem jejaring pemasaran (*networking marketing*), termasuk maraknya Penjualan Langsung Berjenjang atau dikenal dengan *multi level marketing*.⁶⁰ 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.⁶¹

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis Penjualan Langsung Berjenjang ini sesuai dengan syariah atau tidak, yakni:

a. Aspek Produk atau Jasa yang Dijual

Dalam hal ini objek dari Penjualan Langsung Berjenjang ini haruslah produk-produk yang halal dan jelas. Bukan produk-produk yang dilarang oleh agama. Syarat-syarat objek dalam Penjualan Langsung Berjenjang adalah pada prinsipnya selain objeknya harus barang halal, produk itu juga harus bermanfaat, dapat diserahkan, dan mempunyai harga yang jelas. Oleh karena itu, meskipun Penjualan Langsung Berjenjang tersebut dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh muslim, namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga atau manfaatnya, maka tidaklah sah.

⁶⁰ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah* (Yogyakarta: Deepublish, 2012), 108.

⁶¹ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 811.

b. Sistem Pemasaran dari Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Itu Sendiri

Sistem pemasaran dari Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang setidaknya harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Sistem distribusi pendapatan haruslah dilakukan secara professional dan seimbang. Dengan kata lain tidak terjadi eksploitasi antar sesama;
- 2) Apresiasi distributor haruslah apresiasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni tidak melakukan pemaksaan, tidak berdusta, jujur, dan tidak merugikan pihak lain, serta berakhlak mulia;
- 3) Penetapan harga, walaupun keuntungan (komisi atau bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi. Hendaknya semakin besar jumlah anggota dan distributor, maka tingkat harga makin menurun, yang pada akhirnya kaum muslimin dapat merasakan sistem pemasaran tersebut;
- 4) Jenis produk, yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan/mengonsumsi produk yang dipasarkan.⁶²

Selain itu Penjualan Langsung Berjenjang Syariah juga memiliki sifat inovatif, misalnya di samping menawarkan jenis produk yang beragam, juga menawarkan bagi setiap mitra niaganya keuntungan finansial seperti potongan harga, asuransi, pensiun, sistem bagi hasil tahunan, saham

⁶² Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam*, 197.

perusahaan. Serta keuntungan nonfinansial seperti kegotongroyongan, asistensi usaha, waktu usaha yang fleksibel, akhlak yang lebih baik dan nilai ibadah serta persaudaraan.⁶³

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Penjualan Langsung Berjenjang Syariah 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 dengan memenuhi syariat Islam yang telah ditetapkan.

2. Dasar Hukum Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (buku fatwa)

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

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ⁶⁴.....

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....⁶⁵

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

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ⁶⁶.....

Hai orang-orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu....⁶⁷

⁶³ Ibid., 198

⁶⁴ Alquran, 4: 29.

⁶⁵ Departemen Agama RI, *al-Quran al-Karim*, 153.

⁶⁶ Alquran, 5: 1.

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

..... لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ⁶⁸

.....Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan jangan sampai didzalimi orang lain.⁶⁹

3. Peraturan Terkait dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Ada beberapa Peraturan dan Keputusan Menteri serta pendapat peserta rapat pleno DSN MUI yang terkait dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, yaitu:

- a. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang;
- b. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;
- c. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tanggal 21 Agustus 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung;
- d. Pendapat Peserta Rapat Pleno DSN-MUI pada hari Sabtu, 3 Sya'ban 1430 H bertepatan dengan 25 Juli 2009 M.⁷⁰

⁶⁷ Departemen Agama, *al-Quran al-Karim*, 199.

⁶⁸ Alquran, 2: 279.

⁶⁹ Departemen Agama, *al-Quran al-Karim*, 87.

⁷⁰ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 810.

4. Ketentuan Umum

- a. 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;
- b. 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;
- c. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen;
- d. 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 perundang-undangan yang berlaku;
- e. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya;
- f. 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;

- g. 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;
- h. *Ighrā'* 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;
- i. 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.
- j. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- k. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- l. Mitra usaha/stockist adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.⁷¹

5. Ketentuan Hukum

Ketentuan Hukum merupakan aspek inti dalam sebuah fatwa, ketentuan hukum ini memberikan arti bahwa ada beberapa hal yang harus

⁷¹ Ibid., 811.

dipenuhi menurut suatu fatwa. Dalam hal Fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah ini ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi, yakni:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa

Transaksi jual beli barang dan atau jasa harus menjadi kegiatan utama bukan hanya sebagai sarana untuk melipatgandakan uang melalui sistem perekrutan anggota. Perekrutan anggota ditujukan agar transaksi penjualan barang/jasa bisa lebih besar.

2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram

Barang mubah namun dipergunakan untuk kegiatan ekonomi yang haram hukumnya haram. Contoh: niah anggur hukumnya halal namun apabila dijual kepada pabrik minuman keras, maka hasil transaksi jual beli tersebut menjadi haram. Contoh lain: gelang magnetik hukumnya asalnya halal, namun apabila dipergunakan dengan keyakinan bahwa gelang tersebut yang menyembuhkan penyakitnya dan kalau tidak memakai maka akan jatuh sakit, maka hukumnya menjadi syirik, menggunakannya menjadi haram.

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharār*, *maysir*, *ribā*, *dharār*, *dzulm*, maksiat

Diharamkan melakukan transaksi dimana kuantitas dan kualitas barangnya tidak jelas, apalagi barang khayalan, merugikan pihak lain,

menganiaya, mengandung unsur perjudian, dan bertentangan dengan hukum-hukum Allah dan Rasul-Nya.

4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh

Harga yang dibayarkan konsumen tidak sepadan dengan kualitas barang dan manfaat yang diperoleh konsumen.

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.

Komisi atau bonus yang diberikan bukan mengandalkan dari bagian uang pendaftaran yang diberikan oleh anggota yang direkrut.

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.

Uang perekrutan anggota tidak dijadikan sebagai pendapatan utama.

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Tidak boleh menerima komisi atau bonis hanya dengan mengandalkan rekrutmen anggota, sedangkan dirinya sendiri tidak melakukan pembinaan dan menjual barang/jasa diperjualbelikan oleh perusahaannya.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighrā'*.

Adanya tawaran bonus/komisi yang besar bisa menyebabkan seseorang mau berbuat apa saja termasuk melanggar hukum-hukum Allah dan Rasul-Nya, lalai beribadah karena asyik dengan bisnisnya.

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Artinya disini bahwa tidak hanya anggotanya saja yang bersusah payah menjualkan barang/jasa, dan promotornya hanya bersenang-senang dengan bonus/komisi yang besar tanpa membina anggotanya dan usaha menjual barang/jasa.

10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

Melakukan pembinaan agar anggota yang direkrutnya mampu menjual barang/jasa yang ditawarkan perusahaan dengan baik dan mengawasi agar anggotanya tidak melakukan praktek-praktek yang menyimpang dari hukum syar'i.

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

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 kamuflase atau tidak mempunyai mutu/kualitass yang dapat dipertanggung jawabkan.⁷²

6. Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam Penjualan langsung berjenjang syariah yaitu:

a. Akad *Murābahah*

Merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murābahah*; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murābahah*;

⁷² Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah*, 110.

Murābahah adalah transaksi jual beli dengan prosedur penjual menyatakan modal pembelian barang, kemudian menentukan margin profit yang disepakati dari modal.⁷³

b. Akad *Wakālah bil-Ujrah*

Merujuk pada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakālah bil-Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

c. Akad *Ju'ālah*

Merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'ālah*.

Ju'ālah adalah hadiah ataupun pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang yang mengerjakan perbuatan khusus, diketahui atau tidak diketahui.⁷⁴

d. Akad *Ijārah*

Merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijārah*.

Ijārah adalah kontrak atas jasa atau manfaat yang memiliki nilai ekonomis, diketahui, legal diserahkan kepada orang lain, dengan menggunakan upah yang diketahui.⁷⁵

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

⁷³ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah* (Kediri: Lirboyo Pers, 2015), 15.

⁷⁴ Ismail Nawawi, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 188.

⁷⁵ Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih.....*, 278.

E. Ketentuan Mengenai *Excessive Markup* dalam Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang 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 pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Yakni bahwa harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas/manfaat yang diadapat 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* yakni nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka. Pemakaian kata *thaman* lebih umum daripada *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.⁷⁶

Keuntungan merupakan bagian dari harga. Yakni selisih antara harga jual dan harga beli. Besaran dari keuntungan tidak dibatasi secara jumlah namun

⁷⁶ Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), 154.

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.⁷⁷

Seorang penjual berhak memperoleh keuntungan asalkan keuntungan 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 disini tidak diperbolehkan adanya *Excessive Markup*, karena hal ini termasuk dalam aspek eksploitasi terhadap konsumen. Yang mana hal ini sangat dilarang oleh Rasulullah SAW, bahwa menjual kepada konsumen yang sangat membutuhkan dengan mengeksploitasi kondisinya itu sangat dilarang.⁷⁸

Menjual barang-barang yang diperjual belikan dalam sistem Penjualan Langsung Berjenjang dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga wajar, maka hukumnya haram karena secara tidak langsung pihak perusahaan telah menambahkan harga barang yang dibebankan kepada pihak pembeli sebagai

⁷⁷ Ash-Shadiq Abdurrahman Al-Gharyani, *Fatwa-Fatwa Mu'amlah Kontemporer*, terj. A. Syakur (Surabaya: Pustaka Progresif, 2004), 183.

⁷⁸ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, terj. Anshari Thayib (Surabaya: PT Bina Ilmu Offset, 1997), 100.

sharing modal dalam akad *shirkah* mengingat pihak pembeli sekaligus akan menjadi member perusahaan yang apabila ia ikut memasarkan akan mendapatkan keuntungan secara estafet. Dengan demikian praktek perdagangan Penjualan Langsung Berjenjang mengandung unsur kesamaran atau penipuan karena terjadi kekaburan antara akad jual beli syirkah sekaligus *muḍārabah*, karena pihak pembeli sesudah menjadi member juga berfungsi sebagai pekerja yang akan memasarkan produk perusahaan kepada calon pembeli atau member baru.⁷⁹

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 (*downline*) serta masyarakat pemakai (konsumen), dan sangat menguntungkan level yang di atasnya (*upline*). Seringkali harga produk di *markup* hingga dua atau tiga kali lipat. Hal ini seharusnya dihindari, karena cara ini dapat digolongkan kepada pengambilan keuntungan dengan cara yang bathil, karena mengandung unsur kezaliman, yakni memberatkan masyarakat sebagai konsumen.⁸⁰

Ketentuan umum yang digunakan dalam penentuan harga pada produk Penjualan Langsung Berjenjang Syariah biasanya menggunakan sistem *murābahah*, yakni menjual barang setelah ada penambahan harga dari harga asal atau dikenal dengan *markup*. Kaidah penetapan harga ini sebenarnya adalah patokan yang lazim digunakan karena jelas setiap penjual akan untung kalau

⁷⁹ Sudarto, *Masailul Fiqhiyah*, 16.

⁸⁰ *Ibid.*, 21.

mereka memberikan penetapan harga lebih tinggi dari harga asal (*mark up* margin laba).⁸¹

Idealnya apabila keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi. Hendaknya semakin besar jumlah anggota dan distributor, maka tingkat harga makin menurun, yang pada akhirnya kaum muslimin dapat merasakan sistem pemasaran tersebut.⁸²

Dengan demikian *Excessive Markup* tidak dibenarkan dalam Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, yang dalam ketentuan hukumnya menyatakan bahwa “Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh” artinya harga yang dibayarkan konsumen tidak sepadan dengan kualitas barang dan manfaat yang diperoleh konsumen.⁸³

F. Ketentuan Mengenai Bonus dalam Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Bonus merupakan hadiah apabila seorang distributor telah mencapai target-target tertentu.⁸⁴ Lebih jauh lagi Bonus menurut fatwa DSN MUI No. 75/VII/2009, bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan

⁸¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 132.

⁸² Dewi, et.al, *Hukum Perikatan Islam*, 197.

⁸³ Ardito, *Muamalah Syar'iyah*, 110.

⁸⁴ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 53.

kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.⁸⁵

Bonus dimaksudkan sebagai penghargaan atas prestasi para distributor perusahaan dan mendorong para distributor tersebut bekerja lebih maksimal lagi. Bonus pun berfungsi pula sebagai alat promosi yang diharapkan dapat menarik anggota baru untuk bergabung.⁸⁶

Dalam Penjualan Langsung dikenal dengan istilah *upline* dan *downline*. *upline* adalah distributor yang berada di atas distributor tertentu di dalam hierarki Penjualan Langsung dan menerima komisi dan bonus penjualan dari distributor di bawahnya sesuai dengan omzet di dalam organisasi jaringannya. Sedangkan *downline* adalah distributor yang direkrut oleh distributor tertentu yang akan menerima komisi dari penjualan yang mereka lakukan dan hasil penjualan dari distributor yang mereka rekrut.⁸⁷

Jadi bonus yang diperoleh seseorang dalam suatu perusahaan berbasis Penjualan Langsung berasal dari distributor yang ada di bawahnya. Singkatnya seorang *upline* mendapatkan bonus dari seorang *downlinenya*.

Sebenarnya dalam Islam diperbolehkan adanya imbalan, namun harus dengan kerja nyata dari si penerima imbalan tersebut.⁸⁸ Dalam fatwa ini imbalan atau biasa juga disebut dengan bonus, komisi atau *royalty* boleh hukumnya, asalkan memenuhi kriteria:

⁸⁵ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 811.

⁸⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 54.

⁸⁷ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 285.

⁸⁸ Sudarto, *Masailul Fiqhiyah*, 20.

1. 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.

Komisi atau bonus yang diberikan bukan mengandalkan dari bagian uang pendaftaran yang diberikan oleh anggota yang direkrut.

2. 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. Uang perekrutan anggota tidak dijadikan sebagai pendapatan utama.
3. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Tidak boleh menerima komisi atau bonus hanya dengan mengandalkan rekrutmen anggota, sedangkan dirinya sendiri tidak melakukan pembinaan dan menjual barang/jasa diperjualbelikan oleh perusahaannya.

4. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Artinya disini bahwa tidak hanya anggotanya saja yang bersusah payah menjualkan barang/jasa, dan promotornya hanya bersenang-senang

dengan bonus/komisi yang besar tanpa membina anggotanya dan usaha menjual barang/jasa.⁸⁹

Berdasarkan potongan ayat 279 surat Al-Baqarah yang berbunyi:

..... لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ⁹⁰

.....Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan jangan sampai didzalimi orang lain.⁹¹

Maka bisa disimpulkan bahwa bonus yang tidak diperbolehkan adalah bonus yang mengandung *passive income*, yakni pendapatan yang terus-menerus meskipun sudah tidak bekerja lagi.⁹² Karena *passive income* merupakan suatu bentuk kedzaliman karena seorang *upline* mengambil hak dari *downlinenya* tanpa adanya usaha secara nyata dari *upline* tersebut, seperti melakukan pembinaan secara langsung.

G. Konsep *Ighrā'* dalam Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Bisnis penjualan langsung yang di dalamnya terdapat sistem penjualan *multi level marketing* semakin berkembang meskipun ada banyak rumor negatif di kalangan masyarakat. Bahkan banyak orang yang tetap bergabung menjadi distributor dalam bisnis ini. Hal ini salah satunya dikarenakan karena daya tarik luar biasa yang ditawarkan oleh bisnis *multi level marketing*. Salah satunya adalah daya tarik pada segi kompensasi.⁹³

⁸⁹ Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah*, 110.

⁹⁰ Alquran, 2: 279.

⁹¹ Departemen Agama, *al-Quran al-Karim*, 87.

⁹² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 286.

⁹³ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 36.

Dalam Penjualan Langsung ini daya tarik yang luar biasa ini sering disebut dengan *Ighrā'*, yakni daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.⁹⁴

Sistem kompensasi dalam bisnis *multi level marketing* merupakan sistem kompensasi bisnis yang paling menarik. Sangat berbeda dengan sistem gaji bagi pegawai yang bersifat linier dan naik secara berkala, penghasilan dari bisnis ini bersifat eksponensial. Setiap jenjang memiliki sumber penghasilan yang boleh dikata tanpa batas, sesuai dengan prestasi si distributor. Bisa berbentuk aneka komisi dan bonus, bahkan berupa bentuk lainnya. Tidak mengherankan jika penghasilan distributor yang sukses dalam bisnis ini bisa mengalahkan penghasilan para profesional seperti, dokter, pengacara, akuntan atau yang lainnya.⁹⁵

Dalam menarik konsumen untuk menjadi distributor, beberapa usaha *multi level marketing* cenderung melakukannya dengan menjanjikan pemberian bonus yang luar biasa (*luxurius*) 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 orang selalu dikaitkan dengan kesuksesan materil.

⁹⁴ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 811.

⁹⁵ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 37.

Kalaupun bonus itu nyata, akan lebih baik jika yang ditonjolkan adalah kualitas produk, pelayanan, atau program pelatihan yang diberikan.⁹⁶

Bisnis *multi level marketing* memang memberikan 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;
2. Sistem ini akan memperlakukan seseorang (mitranya) 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 *Ighrā'* 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.⁹⁷ Sehingga dalam fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang PLBS sangat dilarang adanya konsep *Ighrā'* pada setiap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang yang termasuk di dalamnya adalah bisnis *multi level marketing*. Yakni dalam ketentuan hukum yang berbunyi “Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighrā'*.”

⁹⁶ Ibid., 39.

⁹⁷ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah*, 110.

BAB III
BISNIS HERBALIFE DI NUTRITION CLUB CUPID CERIA KOTA
MADIUN

A. Profil Bisnis Herbalife dan Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun

Perusahaan Herbalife merupakan perusahaan bertaraf Internasional yang Berkantor pusat di California, Herbalife saat ini telah benar-benar mencapai cakupan global. Dengan lebih dari 1.9 juta Distributor yang melayani pelanggan di lebih dari 90 Negara, komitmen Herbalife dalam hal kualitas telah membuahkan sukses dalam rangka menempatkan kesejahteraan seumur hidup yang mudah dijangkau oleh orang-orang di seluruh dunia.

Herbalife yang telah beroperasi di lebih 90 negara di seluruh dunia dengan pendapatan sebesar 4.8 Milyar pada tahun 2013. Herbalife berkomitmen untuk membantu orang mendapatkan Nutrisi dan kesehatan yang baik, hidup aktif yang bertujuan mendukung langsung Member Independen Herbalife kami untuk mengembangkan bisnis mereka.

Sedangkan kantor pusat Herbalife Indonesia berada di Gedung CIBIS Nine, Lantai Dasar & Lantai 6, Jl. TB Simatupang No. 2, Cilandak, RT.13/RW.5, Cilandak Tim Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Selain itu kantor Herbalife tersebar pula di Bogor, Tangerang, Surabaya, Makasar, Solo, Bandung, Banjarmasin, Bali, Bekasi, Pekanbaru, Malang, Yogyakarta, bahkan sampai ke Papua.⁹⁸

⁹⁸ Herbalife Indonesia, "Bisnis Herbalife," dalam <http://bisnis.herbalife.co.id/>, (diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.24).

Nutrition Club Cupid Ceria ini merupakan milik sepasang suami istri yakni Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih. Beliau berdua awalnya sama-sama berproses dalam bisnis Herbalife dengan latar belakang pekerjaan masing-masing. Arga Yuli Pranata berlatar belakang karyawan penjual Roti Bakar sedangkan Agustinaningsih sebagai guru di salah satu lembaga bimbingan belajar.

Pada awalnya mereka berdua mengenal Herbalife karena memakai produknya untuk turun berat badan. Setelah sama-sama memilikim hasil produk barulah mereka masuk dalam bisnis Herbalife ini, yang awalnya hanya *part time* sekarang sudah *full time* di Herbalife. Hingga Arga Yuli Pranata mempunyai *Nutrition Club* di daerah Dolopo Madiun dan Agustinaningsih mempunyai *Nutrition Club* di daerah Barat Magetan dengan nama Cupid Ceria ini pada tahun 2015.

Kemudian pada tahun 2015 pula mereka berdua menikah, sesuai dalam aturan bisnis Herbalife bahwa dalam bisnisnya hanya diperbolehkan ada satu akun bisnis untuk sepasang suami istri, maka akun dari Agustinaningsih yang terpakai karena level kualifikasi yang lebih tinggi dari Arga Yuli Pranata dengan penggabungan volume poin.⁹⁹

Pada tahun 2017 barulah *Nutrition Club* Cupid Ceria berpindah ke Pasar Sleko Kota Madiun yang bertujuan untuk membantu pola hidup sehat masyarakat yang ada di sekitar Pasar Sleko Kota Madiun, karena memang di daerah sekitar pasar belum ada *Nutrition Club* Herbalife.

⁹⁹ Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

Pada dasarnya memang para pebisnis Herbalife memulai bisnisnya dengan sudah memiliki hasil produk, seperti turun berat badan yang dialami oleh Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih. Jadi memang tidak semata-mata mengejar keuntungan bisnis namun juga membantu masyarakat untuk hidup sehat. Saat ini bisnis yang mereka berdua jalani sudah masuk dalam kualifikasi *global expansion team* dengan perolehan *volume point* kurang lebih 17.000 *volume point*.¹⁰⁰

Mereka berdua sudah banyak memiliki *customer* bahkan sampai ke luar kota, yakni Cirebon Jawa Barat. *Customer* yang ada rutin datang ke *nutrition club* kurang lebih ada 30 dan untuk *customer* lainnya hanya membeli produk dan meminumnya di rumah, artinya tidak rutin datang langsung ke *nutrition club*.

Dari semua *customer* ada yang mengikuti bisnis dan juga ada yang hanya menikmati produknya saja dan sudah mendapatkan hasil produk yang diinginkan, yakni pada dasarnya ada dua program, turun berat badan dan naik berat badan dan para *customer* sudah berhasil mendapatkan hasil produk tersebut kesehatan mereka juga semakin meningkat.¹⁰¹

Customer yang mengikuti Bisnis biasa disebut dengan *downline*. *Downline* Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih yang sudah berkualifikasi tepat di bawahnya adalah Pasangan Suami Istri Vindy Tiana dan Pasangan Suami Istri Renny Petra. Dua pasangan inilah yang memiliki kontribusi luar biasa dalam bisnis yang dirintis oleh Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Sri Suhartini, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

Karena setiap dua pasangan ini mendapatkan *volume point* dan *royalty point* dengan otomatis Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih juga mendapatkan keduanya sebagai syarat berkualifikasi pada level selanjutnya. Bisnis Herbalife merupakan bisnis Duplikasi sehingga dua pasangan suami istri di atas tersebut juga memulai bisnisnya dengan hasil turun berat badan hingga berhasil pada kualifikasi *world team*.

Tidak hanya memiliki *downline* pada kualifikasi *world team* saja namun Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih juga banyak *downline* pada kualifikasi *supervisor* sehingga semakin membantu dalam kenaikan level pada kualifikasi selanjutnya. Yakni dengan semakin bertambahnya *volume point* dan *royalty point* yang mereka dapat dari semua *downline*.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Arga Yuli Pranata dan Agustinaningsih hingga sampai kualifikasi *global expansion team* tidak semata-mata atas hasil *volume point* dan *royalty point* yang mereka peroleh sendiri namun juga atas dukungan *volume point* dan *royalty point* dari semua *downlinenya*.¹⁰²

B. Harga Produk Herbalife

Secara umum semua produk Herbalife terbuat dari bahan tumbuh-tumbuhan alami, seperti teh, kedelai, lidah buaya dan tumbuhan lainnya yang mana dalam hal ini dijamin oleh Dewan Penasehat Nutrisi. Demi mendukung pengembangan merk Herbalife sebagai perusahaan nutrisi premium di dunia, Herbalife juga membentuk Dewan Penasehat kami dengan melibatkan para

¹⁰² Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

ahli terkemuka di seluruh dunia dalam bidang nutrisi dan kesehatan yang memberikan edukasi dan memberikan pelatihan mengenai prinsip-prinsip nutrisi, aktifitas fisik dan gaya hidup sehat dengan ‘nutrisi’ sebagai fokus utama.¹⁰³

Dewan Penasehat Nutrisi diketuai oleh Professor David Heber, Ph.D. Steve Henig, Ph.D. adalah Kepala Ilmuwan dengan tanggung jawab atas penelitian produk perusahaan dan fungsi-fungsi pengembangan. Nobel Laureate di bidang Obat-obatan, Lou Ignarro, Ph.D. adalah anggota dari Dewan Penasehat Nutrisi Herbalife yang memberikan nasehat kepada perusahaan mengenai pencapaian di bidang ilmu nutrisi. Dewan Penasehat Nutrisi termasuk para ahli dari kawasan EMEA. Mereka adalah Marion Flechtner-Mors, Ph.D. dari Jerman, Professor Lázló Halmy dari Hungaria, Professor Alla Pogozeva, Ph.D. dari Rusia, Julián Álvarez García dari Spanyol, Joaquim Caetano dari Portugal dan Professor Nikolaos Sitaras, Ph.D. dari Yunani.¹⁰⁴

Herbalife tidak menjual produk melalui toko karena setiap pelanggan mendapatkan manfaat dari interaksi yang terjadi dengan Distributor Independen Herbalife. Seorang pelanggan akan dipandu untuk mendapatkan produk sesuai dengan kebutuhannya. Karena kebutuhan setiap individu akan nutrisi dari Herbalife itu berbeda-beda oleh karena itu dengan mendiskusikan kebutuhan individu dengan Distributor Independen, maka individu tersebut

¹⁰³Herbalife Indonesia, “Komitmen Ilmiah,” dalam <http://perusahaan.herbalife.co.id/ilmu-pengetahuan-kami>, (diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.28).

¹⁰⁴Ibid.

dapat membuat pilihan terbaik mengenai tujuan kesehatan dan kebugarannya. Sehingga penjualan yang demikian inilah yang disebut dengan penjualan langsung, yakni memangkas jalur distributor dalam lingkup toko maupun swalayan digantikan dengan keberadaan seorang Distributor Independen. Berikut adalah harga produk Herbalife sesuai dengan level Distributor Independen dalam bisnis Herbalife¹⁰⁵:

Tabel 3.1

Harga Produk Herbalife

Nama Produk	Volume Poin	Harga Ritel	Harga 25%	Harga 35%	Harga 42%	Harga 50%
<i>F1 (Shake Mix)</i>	20,00	440.000	338.206	297.506	269.016	236.456
<i>Herbal Concentrate</i>	21,50	426.000	327.063	287.683	260.117	228.613
<i>Fiber & Herb Tablets</i>	7,35	173.000	133.166	117.106	105.864	93.016
<i>Cell-U-Loss</i>	15,75	259.000	198.913	174.933	158.147	138.963
<i>N.R.G Instan Tea</i>	14,75	287.000	220.363	193.853	175.296	154.088
<i>Herbal Aloe Concentrate</i>	24,95	426.000	327.063	287.683	260.117	228.613
<i>Herbalifeline</i>	25,75	534.000	410.641	361.141	326.491	286.891
<i>Formula-3 PPP</i>	17,95	433.000	332.915	292.765	264.660	232.540
<i>Tri-Shield</i>	35,50	731.000	561.913	494.263	446.908	392.788
<i>Nite Work</i>	29,9	682.000	524.304	461.164	416.966	366.454
<i>Mixed Fiber Apple</i>	22,95	381.000	292.798	257.488	232.771	204.523
<i>Herbal Tea Concentrate</i>	28,25	585.000	434.049	381.469	344.663	302.599

¹⁰⁵ Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

<i>Pomegranate</i>						
<i>Herbalife Member Pack</i>	-	607.000	607.200	607.200	607.200	607.200

Dari harga produk yang telah disebutkan di atas, terlihat bahwa harga tersebut masih dalam kategori relatif tinggi dan belum sepenuhnya sesuai dengan hasil produk. Banyak konsumen yang ditemui masih gagal dalam program turun berat badan karena produk yang ditawarkan tidak sepenuhnya sesuai dengan hasil-hasil atau testimony yang dipasarkan.

Seperti Ibu Dewi Listyorini beliau menjadi customer Herbalife pada awal 2015 yang kemudian sempat berhasil turun berat badan namun setelah tidak mengonsumsi produk, berat badan beliau juga langsung naik kembali dan malah lebih tinggi berat badannya dari sebelum beliau mengonsumsi produk.¹⁰⁶

Tidak hanya Ibu Dewi, namun saudara Siti Maghfiroh juga merasakan hal yang sama, sempat turun berat badannya namun setelah tidak mengonsumsi berat badan juga naik lagi, sehingga beliau memutuskan untuk tidak mengonsumsi produk tersebut kembali dan berusaha beralih ke diet yang lebih alami dan berolahraga.¹⁰⁷

Persoalan yang hampir sama juga terjadi pada saudara Nikita Maharani yang merasa bahwa harga produk Herbalife yang relatif mahal ini tidak sebanding dengan hasil yang gencar dipromosikan, yakni untuk program naik atau turun berat badan. Karena hasil dari naik atau turun berat badan masih tergantung usaha keras dari konsumen yang ingin naik atau turun berat

¹⁰⁶ Dewi Listyorini, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019.

¹⁰⁷ Siti Maghfiroh, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019.

badan. Padahal rata-rata konsumen dengan harga produk yang mahal mereka juga menginginkan jaminan hasil dari produk yang mereka beli itu, artinya jaminan naik atau turun berat badan. Hal ini terbukti bahwa banyak konsumen Herbalife yang terkadang sudah putus asa atas program naik atau turun berat badan yang mereka jalani karena tak kunjung berhasil dalam pemrograman yang mereka jalani. Bahkan suadari Nikita ini juga pernah tertipu, yakni uangnya dibawa kabur oleh Distributor Herbalife yang sudah menjadi langganannya itu.¹⁰⁸

Tidak hanya itu, Ibu dan Anak yang bernama Nunuk Indrawati dan Nadiyah Fitriani juga pernah merasakan kegagalan dalam mengikuti program turun berat badan. Karena memang dengan harga yang realtif mahal menurut mereka ini juga belum bisa menjamin hasil turun berat badan sehingga mereka memutuskan untuk beralih ke diet yang lebih alami seperti menggunakan buah dan berolahraga.¹⁰⁹

Kemudian ada lagi seorang *customer* yang bernama Muhammad Tegar Alfiansyah juga merasakan kegagalan dari program dietnya saat menggunakan produk Herbalife. Memang seperti yang disebutkan di atas bahwa masih tergantung usaha keras dari kosumen yang ingin naik atau turun berat badan, maka dalam usahanya tersebut ternyata menimbulkan permasalahan bagi kesehatan dari *customer* satu ini, alih-alih berhasil dietnya *customer* satu ini bahkan mengalami gangguan pencernaan sebagai efek dari

¹⁰⁸ Nikita Maharani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 7 November 2018.

¹⁰⁹ Nunuk Indrawati dan Nadiyah Fitriani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019..

penggunaan produk sehingga hal ini menimbulkan efek jera baginya dan enggan untuk mengonsumsi kembali.¹¹⁰

C. Sistem Bonus Bisnis Herbalife

Pada dasarnya bahwa bonus yang diperoleh pada bisnis ini didasari oleh adanya akumulasi volume poin, volume poin adalah satuan untuk produk Herbalife, seperti halnya satuan kilogram untuk berat benda padat, liter untuk benda cair, maka satuan produk di Herbalife menggunakan volume poin ini.¹¹¹ Setiap produk Herbalife memiliki nilai Volume poin yang besarnya sama di seluruh Negara. Paket Member Herbalife resmi, bahan-bahan *literature* dan perangkat penjualan tidak dihitung sebagai volume. Saat memesan produk, ini berarti bahwa seorang Member telah mengakumulasi kredit jumlah Volume poin sesuai dengan Produk yang dipesan. Akumulasi Volume poin akan dihitung sebagai produk penjualan dan digunakan untuk tujuan kualifikasi dan menghitung keuntungan. Kualifikasi yang dimaksud adalah untuk naik pada jenjang selanjutnya.¹¹²

Jadi besarnya *royalty* dan Bonus yang didapat oleh pebisnis Herbalife didasarkan pada banyaknya volume poin yang masuk di setiap bulannya.¹¹³

Ada beberapa volume poin dalam Bisnis Herbalife dan masing-masing cara untuk memperoleh poin tersebut, yakni:¹¹⁴

¹¹⁰ Muhammad Tegar Alfiansyah, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019.

¹¹¹ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

¹¹² Herbalife, *Buku 4 Rencana Penjualan & Pemasaran Aturan Bisnis* (t.tp.: t.p., t.th.), 8.

¹¹³ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

¹¹⁴ Herbalife, *Buku 4 Rencana Penjualan*, 8.

1. Volume pembelian pribadi, yakni volume dari pembelian yang dilakukan secara langsung ke Herbalife dengan menggunakan Nomor Identifikasi Herbalife seorang member;
2. Volume *downline*, sebagai non *supervisor*, *downline* volume akan didasari pada volume pemesanan yang dilakukan oleh *downline* secara langsung ke Herbalife dengan diskon antara 25%-42%;
3. Volume pribadi, sebagai *supervisor* penuh, volume pribadi adalah volume yang diperoleh dari pembelian dengan menggunakan Nomor Identifikasi Herbalife, serta volume yang diperoleh dari pembelian yang dilakukan oleh *downline* non *supervisor* hingga *supervisor* penuh.

Member non *supervisor* dapat melakukan pembelian secara langsung ke Herbalife atau ke sponsor atau *supervisor upline* pertama mereka. Oleh sebab itu, seorang *supervisor* penuh, semua pemesanan yang dibeli dengan diskon 50% termasuk semua pemesanan yang dibeli oleh *member downline*, *senior consultant*, *success builder* dan *qualified producer* dengan diskon 25%-42% akan dihitung sebagai Volume Pribadi dari Supervisor Penuh tadi.

Contoh volume pribadi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2

Perhitungan Volume poin

Pelaku Bisnis	Pembelian/Diskon (%)		Volume Pribadi
A Supervisor	1.500 Volume poin Pribadi + Volume B, C, D	=	3.500 Volume Pribadi
B Distributor	1.400 Volume poin + Volume C&D	=	2.000 Volume Pribadi

	dengan diskon 42%		
C Distributor	200 Volume poin + Volume D dengan diskon 35%	=	600 Volume Pribadi
D Distributor	400 Volume poin dengan diskon 25%	=	400 Volume Pribadi

4. Volume grup, yakni volume atas pesanan yang dibeli oleh *qualifying supervisor* dengan diskon sementara sebesar 50% di bulan kualifikasi mereka;
5. Volume total, yakni volume gabungan dari total volume pribadi *supervisor* ditambah volume grup;
6. Volume terbeban dan tak terbeban, yakni semua volume yang dihasilkan oleh siapapun di dalam organisasi pribadi, hingga ke *supervisor* Berkualifikasi tingkat pertama, yang perolehan volume poinnya kurang dari 2.500 dalam satu bulan volume, ditambah seluruh volume pribadi. Oleh karena itu, volume ini merupakan volume yang tidak digunakan oleh siapapun untuk tujuan berkualifikasi sebagai *supervisor*;
7. Volume Penyesuaian, yakni volume yang harus dimiliki *supervisor* pemberi Sponsor yang didapat melalui pemesanan pribadi, atau oleh member dalam organisasi pribadi dalam satu bulan tertentu untuk menyamakan atau melebihi volume yang diperoleh *member downline* mereka yang tengah berkualifikasi untuk menjadi *supervisor*.¹¹⁵

¹¹⁵Ibid., 8.

Ada 4 pintu pendapatan yang dapat diperoleh saat ikut dalam bisnis Herbalife ini, yakni:

1. Keuntungan Ritel Langsung, adalah keuntungan dari penjualan langsung kepada para konsumen non member, jadi penjualan ini dengan harga normal Herbalife tanpa ada potongan harga, karena memang dijual kepada konsumen non member Herbalife;
2. Keuntungan Grosir Harian, adalah selisih antara harga beli dengan harga jual kepada seorang *Member*, mencapai 25%, 35%, 42% bahkan sampai 50% dari pendapatan pokok;
3. Royalty adalah pendapatan yang yang diperoleh seorang *upline* dari omset penjualan *downline* di bawahnya sebesar 5% dengan syarat *upline* tersebut juga memiliki omset penjualan, maka meskipun omset penjualan *downline* 100 juta dan *upline* tidak memiliki omset penjualan maka *upline* juga tidak akan mendapatkan *royalty* dari *downlinenya*, *royalty* ini akan ditransfer langsung oleh perusahaan Herbalife pusat pada tanggal 15 di setiap bulannya;
4. Bonus juga merupakan pendapatan yang diterima *upline* dari omset penjualan *downlinenya* namun dengan syarat *downline* tersebut sudah masuk dalam level *Tab Team*, yang bisa bernilai antara 2%-7%, bonus akan ditransfer langsung oleh perusahaan Herbalife pusat pada tanggal 20 di setiap bulannya.¹¹⁶

¹¹⁶ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

Ada dua jenis bonus yang didapatkan dalam bisnis Herbalife, yakni disebut dengan *royalty* dan bonus. Keduanya memiliki persamaan bahwa 2 jenis bonus tersebut diperoleh dari omset penjualan *downline* dan dengan syarat paling utama yakni bahwa *upline* juga harus memiliki omset penjualan sendiri, namun perbedaannya bahwa bonus hanya diperoleh dari *downline* yang berada pada level *tab team* ke atas.¹¹⁷ Level Pebisnis Herbalife yang mendapatkan bonus dimulai dari level *supervisor*. Jadi besaran bonus diperoleh dari masing-masing level dengan ketentuan dan syarat tertentu yang harus dipenuhi.

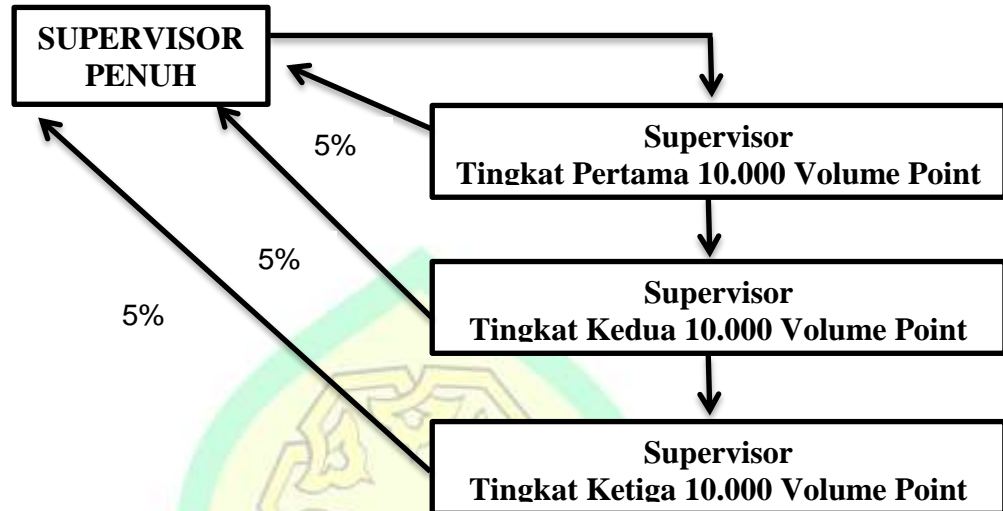
Bonus yang diperoleh didasari dengan perolehan *royalty override*. Sistem perolehan *royalty override* ini adalah sistem dasar pendapatan bonus pada bisnis Bisnis Herbalife, artinya untuk bonus pada level-level berikutnya merupakan kelanjutan dari sistem perolehan *royalty override* ini. Maka untuk bonus pada level berikutnya hanya dengan syarat jumlah volume poin saja yang bertambah namun sistemnya berlanjut dari sistem perolehan *royalty override*. Pembayaran *royalti override* ditentukan berdasarkan volume total seorang Supervisor Penuh minimal 2.500 Volume poin dan bisa mempertahankan 3 level *downline* aktif. Dengan skema sebaga berikut:¹¹⁸

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Herbalife, *Buku 3 Membangun Bisnis Anda* (t.tp.: t.p., t.th.), 12.

Tabel 3.3

Sistem Perolehan Bonus



Jadi perolehan *royalty override* = Volume poin tingkat pertama
 (10.000 x 5%) + volume poin tingkat
 kedua (10.000 x 5%) + volume poin
 tingkat ketiga (10.000 x 5%)
 = 500+500+500
 = 1.500 Royalti Point

Total perolehan *royalty override* ini akan dikonversikan ke dalam mata uang Rupiah yang mana hanya Perusahaan Pusat yang mengetahui perhitungannya dan akan dibayarkan setiap tanggal 15 pada setiap bulannya.¹¹⁹

¹¹⁹ Ibid., 15.

Sedangkan dalam setiap level pada jenjang karir bisnis Herbalife ada syarat yang harus dipenuhi dan bonus yang berhak didapat, sebagai berikut:

a. Supervisor

Seorang *supervisor* Herbalife mendapatkan potongan harga tertinggi yakni sebesar 50% ditambah keuntungan Ritel dan Grosir, dan menerima *royalty override*. Seorang *supervisor* penuh berhak mendapatkan berbagai keuntungan yakni:

- 1) Mendapatkan keuntungan ritel sebesar 50%;
- 2) Mendapatkan keuntungan grosir sebesar 25%;
- 3) Mendapatkan *royalti override* sebesar 1%-5% dari supervisor tingkat pertama, yakni *supervisor* yang merupakan member tingkat pertama yang disponsori oleh *supervisor* tersebut;
- 4) Mendapatkan *royalty override* sebesar 1%-5% dari supervisor tingkat kedua, yakni ketika member tingkat pertama secara pribadi mensponsori Member lain maka para member baru ini menjadi member tingkat kedua dari *supervisor* tersebut;
- 5) Mendapatkan *royalty override* sebesar 1%-5% dari *supervisor* tingkat ketiga, yakni ketika member tingkat kedua mensponsori orang lain, maka mereka merupakan tingkat ketiga dalam organisasi Herbalife seorang *supervisor* tadi, dan begiru seterusnya akan membentuk organisasi Herbalife hingga tingkatan paling atas adalah *president's*

team, semakin tinggi level maka semakin banyak tingkatan member yang dimiliki untuk memenuhi kualifikasi setiap levelnya;¹²⁰

b. World Team

Bonus yang ada di level *world team* ini merupakan kelanjutan dari bonus yang ada pada level *supervisor* Penuh seperti yang telah dijelaskan di atas. Jadi pada level ini belum ada perubahan jumlah bonus yang diperoleh dalam segi jumlah. Namun untuk berada level ini minimal mempunyai 10.000 Total Volume poin dalam satu bulan. Dengan demikian yang bisa didapatkan pada level ini adalah:

- 1) Seluruh keuntungan sebagai Supervisor Penuh
- 2) Paket *world team* yang berisi Sertifikat *world team*, pin *world team*, dan jurnal harian Herbalife.

c. TAB Team

TAB *team* merupakan kelompok level dalam jenjang karir pada bisnis Herbalife yakni diawali dengan level *global expansion team* kemudian disusul dengan *millionaire team* dan terakhir *president's team*. *Supervisor* yang sukses memiliki kesempatan untuk melanjutkan ke tingkat yang lebih tinggi dalam skema rencana penjualan dan pemasaran Herbalife, yaitu *top achievers business* (TAB) Team. Setelah memenuhi persyaratan awal, Supervisor bisa mendapatkan status TAB *team*.

Status TAB *team* menunjukkan bahwa *supervisor* berhasil membentuk fondasi *supervisor downline* aktif yang kuat dan

¹²⁰ Ibid., 12.

menunjukkan keinginan menjadi pemimpin di dalam organisasi Herbalife. Ada banyak keuntungan dari perusahaan ketika menjadi pemimpin di dalam organisasi Herbalife yang dibangun, yakni dapat berpartisipasi dalam pelatihan unggul setiap kali berhasil mencapai tingkatan baru, mendapat Bonus produksi yang tak tertandingi dan memenuhi syarat untuk menerima penghargaan atas prestasi serta insentif.¹²¹ Ada 3 bonus yang akan diterima dalam kelompok level TAB *team* ini, yakni:

1) Bonus Produksi TAB *Team*

Bonus produksi TAB *Team* yang berhak diterima adalah 2% hingga 7% dari seluruh volume organisasi *downline*.

2) Bonus Tahunan

Bonus Tahunan adalah bonus yang merupakan presentase dari penjualan Herbalife di seluruh dunia dibagikan secara tahunan kepada mereka yang tergabung di dalam *president's team* sebagai penghargaan atas kinerja dalam meningkatkan penjualan produk Herbalife.

3) Liburan dan acara Pelatihan

Liburan dan pelatihan ini dilakukan di lokasi-lokasi menarik di seluruh dunia. Acara pelatihan ini mengajarkan cara mencapai target, meningkatkan kemampuan untuk memperoleh pendapatan dan membangun bisnis.¹²²

¹²¹ Ibid., 16.

¹²² Ibid., 16.

d. *Global Expansion Team (GET)*

Untuk dapat mencapai level GET maka harus memenuhi syarat telah mendapatkan 1000 Royalti Poin selama 3 bulan berturut-turut. Pada level ini ada banyak keuntungan yang didapatkan oleh pebisnis, yakni:

- 1) Pin dan plakat *global expansion team*
- 2) Seluruh keuntungan *supervisor*
- 3) Mendapatkan Bonus Produksi TAB *team* berdasarkan tingkat kualifikasi
- 4) Liburan dan acara pelatihan
- 5) Berpartisipasi dalam pelatihan-pelatihan unggul khusus
- 6) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

e. *Millionare Team*

Untuk dapat mencapai level *millionare team* maka harus memenuhi syarat telah mendapatkan 4000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut. Pada level ini ada banyak keuntungan yang didapatkan oleh pebisnis, yakni:

- 1) Pin dan plakat *global expansion team*
- 2) Seluruh keuntungan seorang *supervisor*
- 3) Mendapatkan Bonus Produksi TAB *team* berdasarkan tingkat kualifikasi
- 4) Mengikuti acara liburan dan pelatihan

- 5) Mengembangkan kemampuan mengajar dan turut membantu dalam pelatihan-pelatihan di mancanegara
- 6) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

f. President's Team

Untuk dapat mencapai level *president's team* maka harus memenuhi syarat berikut ini

- 1) *President's Team* telah mencapai 10.000 *royalti point* selama 3 bulan berturut-turut
- 2) *President 20K* telah mencapai 20.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut
- 3) *President 30K* telah mencapai 30.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut
- 4) *President 50K* telah mencapai 50.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut.¹²³

Secara khusus setiap jenjang pada level *president's team* berhak mendapatkan:

- 1) *President's team* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6%
- 2) *President 20K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6,5%
- 3) *President 30K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6,75%
- 4) *President 50K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-7%

Sedangkan secara umum semua jenjang pada level *president's team* ini berhak mendapatkan:

¹²³ Ibid., 17.

- 1) Pin dan plakat *president's team*
- 2) Seluruh keistimewaan seorang *supervisor*
- 3) Mendapatkan Bonus Produksi TAB Team berdasarkan tingkat kualifikasi
- 4) Mengikuti acara liburan dan pelatihan
- 5) Sebagai pemimpin *president's team* berhak membantu acara pelatihan-pelatihan di seluruh dunia
- 6) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

C. Daya Tarik Bisnis Herbalife

Dalam Bisnis ini setidaknya ada tiga jenis daya tarik yang bisa mengambil minat masyarakat untuk membeli produknya maupun untuk mengikuti bisnisnya. Ketiga daya tarik tersebut antara lain:

1. Pin, Plakat dan Perhiasan

Herbalife International memberi berbagai jenis penghargaan dalam bentuk pin, plakat, dan perhiasan secara tepat waktu kepada pebisnis Herbalife yang telah berhasil pada level-level tertentu.

Herbalife senantiasa berupaya untuk menyediakan penghargaan dengan kualitas tertinggi yang ada, bahkan bilamana penghargaan yang diterima ternyata dalam kondisi tidak layak atau rusak maka dapat dikembalikan kepada Perusahaan untuk mendapatkan gantinya secara gratis dalam waktu enam bulan setelah tanggal kualifikasi yang sebenarnya yang terkait dengan penyerahan tersebut.¹²⁴

¹²⁴ Ibid., 17.

2. Bonus

Bonus pada bisnis Herbalife didapatkan berdasarkan tingkatan level setiap member tersebut di dalam bisnis Herbalife, mulai dari level supervisor hingga president's team dengan kisaran 2%-7% seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

3. Event-event Bisnis Herbalife

Event-event dalam bisnis Herbalife dilakukan dalam 3 lingkup, yakni pertama, dalam lingkup daerah artinya dilakukan di suatu kota/kabupaten. *Kedua*, dalam lingkup Nasional, artinya dilakukan dalam suatu Negara. *Ketiga*, dalam lingkup Internasional, artinya dilakukan di suatu Negara namun pesertanya dari banyak Negara di dunia.¹²⁵ *Event-event* tersebut sebagai berikut:

a. Success Training Seminar

STS adalah singkatan dari *Sucess Training Seminar*, semacam pertemuan rutin para *customer* dan *distributor* Herbalife yang biasanya diadakan sebulan sekali di kota/kabupaten tertentu. Di dalam STS kita bisa mendapatkan gambaran yang lebih nyata tentang Herbalife, baik dari sisi produk maupun bisnisnya.

b. Kelas Primer

Kelas primer merupakan pelatihan bagi seorang member yang akan memulai bisnisnya dalam Herbalife yang biasanya dilakukan oleh seorang *leader* dalam suatu organisasi bisnis Herbalife artinya dilakukan

¹²⁵ Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

oleh seorang *upline* terhadap semua *downline* yang ada dalam organisasinya.

c. *Nutrition Club (NC) Workshop*

Nutrition Club (NC) Workshop merupakan pelatihan bagi pebisnis Herbalife yang ingin mendirikan *Nutrition Club (NC)*.

d. *Spectacular*

Spectacular merupakan kegiatan tahunan Herbalife di Indonesia dengan peserta dari seluruh Indonesia artinya inilah yang dianggap event pada taraf Nasional. Pada tahun 2019 ini *Spectacular* dilaksanakan di Sentul Bogor. Kegiatan ini diisi dengan berbagai seminar dan pelatihan bisnis bagi para member Herbalife. Pelatihan seperti ini secara rutin dilaksanakan namun *Spectacular* merupakan pelatihan dan seminar dengan skala yang lebih besar dari *Sucess Training Seminar* guna mendorong para member untuk terus optimistis menyongsong bisnisnya.

Pelatihan bisnis dan kepemimpinan selama *Spectacular* ditujukan untuk memberikan edukasi kepada para member independen Herbalife dalam menjalankan bisnis sesuai dengan etika bisnis perusahaan. Selain itu, kegiatan ini ditujukan untuk memperkuat komitmen perusahaan bersama dengan para member di seluruh Indonesia guna mengkampanyekan gaya hidup sehat melalui asupan nutrisi yang tepat

e. *Extravaganza*

Extravaganza merupakan kegiatan tahunan Herbalife yang diadakan dalam taraf Internasional. Kegiatan ini diisi dengan berbagai seminar dan pelatihan bisnis bagi para member Herbalife. Pelatihan seperti ini secara rutin dilaksanakan namun *Extravaganza* merupakan pelatihan dan seminar dengan skala yang lebih besar dari *Spectacular* guna mendorong para member untuk terus optimistis menyongsong bisnisnya. *Extravaganza* pada tahun ini akan digelar di 3 Negara dengan waktu yang berbeda-beda dan tentunya dengan syarat kualifikasi member yang berbeda pula.

4. *Testimony* Hasil Produk

Pebisnis Herbalife pada dasarnya merupakan *customer* dari para distributor, sehingga pada awalnya mereka hanya sebagai pengguna produk karena ingin mendapatkan hasil naik/turun berat badan atau hanya sekedar menginginkan perbaikan kesehatan saja. Jadi pada dasarnya mereka tertarik dengan hasil produk yang dijadikan sebagai *testimony* oleh para distributor independen Herbalife.

Hal ini seperti yang terjadi pada beberapa *customer* di *Nutrition Club* Cupid Ceria kota Madiun yang sekaligus sekarang sudah menjadi pebisnis di Herbalife, yakni Ibu Sri Suhartini yang awalnya ingin turun berat badan karena melihat *testimony* para *customer* yang telah berhasil turun berat badan. Berat badan beliau pada awalnya 62kg dan sekarang sudah bisa

turun sebanyak 10kg dan juga mengalami perbaikan kesehatan seperti sembuhnya penyakit asam lambung dan kolesterol.¹²⁶

Tidak hanya Ibu Sri Suhartini, namun Ibu Helni Ruslani pun juga merasakan hal yang sama, bisa turun berat badan sampai 12kg dan juga perbaikan dalam kesehatan yakni penyakit sinusitis hilang dan juga jerawat yang beliau derita semakin berkurang.¹²⁷

Pengalaman yang sejenis juga dirasakan oleh Nina Jarmini yang juga bisa turun berat badan hingga 8kg yang kemudian mengalami perbaikan kesehatan yakni asam lambung sembuh dan juga kolesterol yang selama ini dideritanya sembuh.¹²⁸

Sehingga hasil produk juga merupakan daya tarik awal bagi masyarakat untuk masuk dalam bisnis Herbalife karena memang yang pertama kali diketahui masyarakat umum adalah hasil produk tidak langsung pada penghasilan dalam bisnis ini. Namun juga tidak memungkiri bahwa para pebisnis juga ingin mendapatkan perbaikan penghasilan.

¹²⁶ Sri Suhartini, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

¹²⁷ Helni Ruslani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

¹²⁸ Nina Jarmini, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

BAB IV

PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) TERHADAP BISNIS HERBALIFE DI NUTRITION CLUB CUPID CERIA

KOTA MADIUN

Bisnis Herbalife merupakan salah satu bisnis *Multi Level Marketing* yang tengah marak di Indonesia. Hal ini berarti bahwa Bisnis Herbalife masuk dalam pembahasan Penjualan Langsung (*Direct Selling*), karena *Multi Level Marketing* merupakan bagian dari Penjualan Langsung (*Direct Selling*) yang notabene terdiri dari tiga jenis yakni, *Multi Level Marketing*, *Single Level Marketing* dan *Limited Level Marketing*.¹²⁹

Lebih jauh lagi Penjualan Langsung (*Direct Selling*) telah diatur di Indonesia. Yakni diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang dan juga dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tanggal 21 Agustus 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.¹³⁰

Sedangkan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah telah diatur oleh Majelis Ulama Indonesia dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional, yakni dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

¹²⁹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 18.

¹³⁰ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 810.

Berikut ini merupakan prespektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap praktik Bisnis Herbalife di Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun.

A. Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap *Excessive Markup* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Kota Madiun*

Secara umum masyarakat mengetahui bahwa harga dari produk Herbalife relatif mahal, harga tersebut seperti yang telah disebutkan pada Tabel 3.1.¹³¹ Sehingga banyak masyarakat masih enggan mengonsumsi produk Herbalife karena masih cenderung hanya sebagai gaya hidup dan lading bisnis saja, karena sebagian masyarakat terkadang sudah mengetahui citra yang tidak baik dari produk ini, yakni yang tidak sesuai dengan hasil produk yang gencar dipromosikan terkait dengan nutrisi untuk naik/turun berat badan, yang notabene lebih cenderung pada nutrisi untuk program diet.

Meskipun harga produk Herbalife juga sudah ditetapkan oleh perusahaan pusat, sehingga harganya sudah distandarkan di seluruh dunia, dengan patokan mata uang dolar, sehingga harga di masing-masing Negara tergantung pada tinggi rendahnya nilai tukar terhadap mata uang Negara tersebut.¹³² Namun pada kenyataannya di lapangan masih banyak para *customer* yang kecewa dengan hasil produk yang mereka dapatkan, padahal

¹³¹ Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

¹³² Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

dengan harga yang relatif mahal tersebut *customer* berharap ada jaminan naik/turun berat badan seperti yang mereka inginkan.¹³³

Kegagalan dalam program turun berat badan ini sudah banyak dialami oleh *customer-customer* yang pada dasarnya memang tidak mengikuti bisnisnya, karena para pebisnis bahkan bisa membeli produk hingga diskon sebesar 50% jadi bisa dipastikan bahwa mereka bisa terus menerus dalam mengonsumsi produk Herbalife ini, namun bagi mereka yang hanya fokus untuk mengonsumsi agar bisa naik/turun berat badan saja maka akan sulit mencapai berat badan dan target yang diinginkan karena memang dengan harga yang relatif tinggi belum dapat menjamin keberhasilan dalam program turun berat badan, artinya masih dengan usaha keras para *customer*, dan bahkan ada yang sampai tertipu karena uangnya dibawa lari oleh distributor yang nakal.¹³⁴

Seperti yang disebutkan di atas bahwa masih tergantung usaha keras dari *customer* yang ingin naik atau turun berat badan, maka juga ada *customer* yang dalam usahanya tersebut ternyata menimbulkan permasalahan bagi kesehatan dari *customer* satu ini, alih-alih berhasil dietnya *customer* satu ini bahkan mengalami gangguan pencernaan sebagai efek dari penggunaan produk sehingga hal ini menimbulkan efek jera baginya dan enggan untuk mengonsumsi kembali.¹³⁵

¹³³ Nunuk Indrawati, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019.

¹³⁴ Nikita Maharani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 7 November 2018.

¹³⁵ Muhammad Tegar Alfiansyah, *Hasil Wawancara*, Madiun. 15 Mei 2019.

DSN MUI dalam fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), lebih dalam lagi menafsirkan harga yang relatif mahal tersebut ke dalam kategori *excessive markup* yakni dalam ketentuan hukum dijelaskan bahwa “Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh” artinya harga yang dibayarkan konsumen tidak sepadan dengan kualitas barang dan manfaat yang diperoleh konsumen.¹³⁶

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa harga produk Herbalife tergolong sebagai *excessive markup* karena harga yang berlebih dan tidak sesuai dengan hasil produk yang diinginkan oleh *customer*. Dengan demikian harga produk Herbalife belum sesuai dengan Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

B. Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap Sistem Bonus pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Madiun*

Ada 4 pintu pendapatan yang dapat diperoleh saat ikut dalam bisnis Herbalife ini, yakni:

- a. Keuntungan Ritel Langsung, adalah keuntungan dari penjualan langsung kepada para konsumen non member, jadi penjualan ini dengan harga normal

¹³⁶ Ardito, *Muamalah Syar'iyah*, 110.

Herbalife tanpa ada potongan harga, karena memang dijual kepada konsumen non member Herbalife;

- b. Keuntungan Grosir Harian, adalah selisih antara harga beli dengan harga jual kepada seorang *Member*, mencapai 25%, 35%, 42% bahkan sampai 50% dari pendapatan pokok;
- c. *Royalty* adalah pendapatan yang yang diperoleh seorang *upline* dari omset penjualan *downline* di bawahnya sebesar 5% dengan syarat *upline* tersebut juga memiliki omset penjualan, maka meskipun omset penjualan *downline* 100 juta dan *upline* tidak memiliki omset penjualan maka *upline* juga tidak akan mendapatkan *royalty* dari *downlinenya*, *royalty* akan ditransfer langsung oleh perusahaan Herbalife pusat pada tanggal 15 di setiap bulannya;
- d. Bonus juga merupakan pendapatan yang diterima *upline* dari omset penjualan *downlinenya* namun dengan syarat *downline* tersebut sudah masuk dalam level *tab team*, yang bisa bernilai antara 2%-7%, bonus akan ditransfer langsung oleh perusahaan Herbalife pusat pada tanggal 20 di setiap bulannya.¹³⁷

Keuntungan dalam bisnis Herbalife tersebut diperoleh berdasarkan volume poin yang dimiliki oleh Member Herbalife dan syarat-syarat tertentu yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Terutama dengan syarat bahwa keuntungan yang berupa bonus dan *royalty* ini bisa diterima dari omset penjualan *downline* jika seorang *upline* tersebut juga tetap memiliki omset

¹³⁷ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

penjualan sendiri, jadi meskipun *downline* beromset besar tapi *upline* tidak memiliki omset maka bonus dan *royalty* tersebut tidak dapat diterima oleh *upline* tersebut.¹³⁸

Ada dua jenis kemungkinan cara untuk mendapatkan 4 keuntungan yang telah disebutkan di atas, yakni:

Pertama, dengan volume poin pribadi. Yakni member akan mendapatkan keuntungan lewat pembelian secara langsung ke kantor Herbalife, artinya disini bahwa keuntungan didapat tanpa ada campur tangan volume poin dari *downline* karena volume didapatkan murni berdasarkan pembelian produk secara langsung.¹³⁹

Keuntungan yang didapat berdasarkan volume pribadi ada dua macam, yakni keuntungan ritel dan keuntungan grosir sebesar 25%, 35%, 42% dan mencapai 50%. Yang mana keuntungan ini telah memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), yakni:

1. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “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.” Adapun pada keuntungan ritel dan grosir sebesar 25%, 35%, 42% dan 50% ini benar-benar berdasarkan pada penjualan produk-produk Herbalife kepada

¹³⁸ Ibid.

¹³⁹ Herbalife, *Buku 4*, 8.

konsumen secara langsung, jadi dari seorang Member Herbalife kepada seorang konsumen.¹⁴⁰

2. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “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.” Adapun dalam keuntungan ritel dan grosir ini juga sudah jelas jumlahnya, yakni telah ditentukan oleh perusahaan sebesar 25%, 35%, 42% dan 50%.¹⁴¹
3. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.” Adapun dalam hal keuntungan ritel dan grosir ini pun bukan merupakan keuntungan pasif karena diperoleh dengan cara menjual produk-produk secara langsung kepada konsumen yang berarti bahwa keuntungan ritel dan grosir merupakan kerja nyata seorang Member Herbalife kepada konsumennya.¹⁴²
4. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.” Adapun pada keuntungan ritel dan grosir juga tidak mengandung unsur eksploitasi dan ketidakadilan karena berdasarkan volume pribadi masing-masing Member bukan dari *downline*.¹⁴³

¹⁴⁰ Ibid., 10.

¹⁴¹ Ibid.

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ Ibid., 8.

Kedua, dengan volume poin gabungan antara volume poin pribadi dan volume lainnya yakni volume *downline*, volume *group*, volume organisasi, volume total, volume terbeban dan tak terbeban dan juga volume penyesuaian. Artinya volume poin ini tidak murni dari hasil penjualan langsung seorang member kepada konsumen, tapi ada pendapatan volume poin yang diperoleh dari seorang *downlinenya*.

Dari *volume point* tersebut di atas itulah akan didapat banyak jenis *royalty* dan juga bonus. Yang mana didapatkan berdasarkan masing-masing level para pebisnis Herbalife.

Dari pemaparan di atas, maka berikut ini perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap Bonus pada Bisnis Herbalife:

1. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “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 ini bonus dalam bisnis Herbalife yang terdiri dari *Royalty* dan bonus yang didapatkan seorang *upline* sudah sebanding dengan hasil kerja nyata, karena *royalty* dan bonus yang didapatkan dari *downlinenya* tersebut memiliki syarat bahwa seorang *upline* untuk mendapatkan bonus dan *royalty* dari omset penjualan *downlinenya* tersebut di sisi lain disyaratkan untuk juga memiliki omset penjualan secara pribadi, jadi

meskipun omset penjualan *downline* sangat besar dan *upline* tidak memiliki omset maka *royalty* dan bonus juga tidak akan dapat diperoleh *upline* tersebut.¹⁴⁴

Jadi meskipun bonus dan *royalty* tersebut tidak hanya didapatkan berdasarkan volume penjualan langsung, akan tetapi juga didapat dari *downlinenya* dengan sistem yang sudah dijelaskan pada Tabel 3.2. Namun dengan syarat utama bahwa *upline* juga harus memiliki omset penjualan maka *royalty* dan bonus ini sudah sesuai dengan hasil kerja nyata.

Adapun *royalt* dan bonus yang didapatkan dari omset penjualan *downline*, dengan sistem yang sudah dijelaskan pada Tabel 3.2 sudah berbanding lurus dengan syarat utama bahwa *upline* juga harus selalu memiliki omset penjualannya sendiri maka sistem yang seperti ini sudah sesuai dengan syarat dalam fatwa bahwa bonus harus sesuai dengan hasil kerja nyata dari *upline* yang menerima bonus.

Dengan demikian dalam poin ini dapat disimpulkan bahwa Bonus dalam bisnis Hebalife sudah sesuai dengan ketentuan pada Fatwa ini.

2. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “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.”

¹⁴⁴ Agustinaningsih, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

Sedangkan dalam hal ini jumlah *Royalty* dalam setiap levelnya sudah jelas ditentukan dalam peraturan bisnis Herbalife, yakni sebagai berikut:¹⁴⁵

a. Supervisor

Seorang *Supervisor* berhak mendapatkan *Royalti Override* sebesar 1%-5% dari *supervisor* tingkat pertama, tingkat kedua dan Ketiga.¹⁴⁶

b. World Team

Bonus yang ada di level *World Team* ini merupakan kelanjutan dari bonus yang ada pada level *Supervisor* Penuh seperti yang telah dijelaskan di atas. Jadi pada level ini belum ada perubahan jumlah bonus yang diperoleh dalam segi jumlah. Namun untuk berada level ini minimal mempunyai 10.000 *Total Volume Point* dalam satu bulan. Dengan demikian yang bisa didapatkan pada level ini adalah:

- 1) Seluruh keuntungan sebagai *Supervisor* Penuh
- 2) Paket *World Team* yang berisi Sertifikat *World Team*, Pin *World Team*, dan jurnal harian Herbalife.¹⁴⁷

c. TAB Team

Ada 3 bonus yang akan diterima dalam kelompok level TAB Team ini, yakni:

- 1) Bonus Produksi TAB *Team*

¹⁴⁵ Herbalife, *Buku 4*, 11.

¹⁴⁶ *Ibid.*, 12.

¹⁴⁷ *Ibid.*, 15.

Bonus produksi TAB Team yang berhak diterima adalah 2% hingga 7% dari seluruh volume organisasi downline.

2) Bonus Tahunan

Bonus Tahunan adalah bonus yang merupakan presentase dari penjualan Herbalife di seluruh dunia dibagikan secara tahunan kepada mereka yang tergabung di dalam *president's team* sebagai penghargaan atas kinerja dalam meningkatkan penjualan produk Herbalife.

3) Liburan dan acara Pelatihan

Liburan dan pelatihan ini dilakukan di lokasi-lokasi menarik di seluruh dunia. Acara pelatihan ini mengajarkan cara mencapai target, meningkatkan kemampuan untuk memperoleh pendapatan dan membangun bisnis.¹⁴⁸

d. *Global Expansion Team (GET)*

Global expansion team Mendapatkan Bonus Produksi TAB Team berdasarkan tingkat kualifikasi

- 1) Liburan dan acara pelatihan
- 2) Berpartisipasi dalam pelatihan-pelatihan unggul khusus
- 3) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

e. *Millionare Team*

Pada level ini ada banyak keuntungan yang didapatkan oleh pebisnis, yakni:

¹⁴⁸ Ibid., 16.

- 1) Pin dan plakat *global expansion team*
- 2) Seluruh keuntungan seorang *supervisor*
- 3) Mendapatkan Bonus Produksi *TAB team* berdasarkan tingkat kualifikasi
- 4) Mengikuti acara liburan dan pelatihan
- 5) Mengembangkan kemampuan mengajar dan turut membantu dalam pelatihan-pelatihan di mancanegara
- 6) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

f. *President's Team*

Secara khusus setiap jenjang pada level *President's Team* berhak mendapatkan:

- 1) *President's Team* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6%
- 2) *President 20K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6,5%
- 3) *President 30K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-6,75%
- 4) *President 50K* berhak mendapatkan Bonus Produksi 2%-7%

Sedangkan secara umum semua jenjang pada level *president's team* ini berhak mendapatkan:

- 1) Pin dan plakat *president's team*
- 2) Seluruh keistimewaan seorang *supervisor*
- 3) Mendapatkan Bonus Produksi *TAB team* berdasarkan tingkat kualifikasi
- 4) Mengikuti acara liburan dan pelatihan

- 5) Sebagai pemimpin *president's team* berhak membantu acara pelatihan-pelatihan di seluruh dunia
- 6) Berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.¹⁴⁹

Dari pemaparan tersebut sudah jelas besaran jumlah bonus yang akan diberikan pada *member* di masing-masing levelnya yang sudah berdasarkan prestasi kerja nyata, yakni target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besaran bonus yang sudah jelas ini telah sesuai dengan ketentuan hukum Fatwa DSN pada poin tersebut di atas.

3. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.”

Adapun pada bisnis Herbalife ini bonus yang terdiri dari *royalty* dan bonus yang didapatkan bukan merupakan penghasilan pasif karena bonus tersebut diperoleh dengan syarat bahwa *upline* juga harus memiliki omset penjualan, jadi yang mendapatkan bonus benar-benar yang bekerja, meskipun mempunyai *downline* dengan omset besar tetapi *upline* tidak mempunyai omset secara pribadi maka bonus tidak dapat mengalir, dan dalam hal ini *upline* juga tidak melepaskan *downlinenya* begitu saja dalam bisnis, *upline* akan selalu membina *downlinenya* baik secara personal maupun dengan melalui *event-event* pelatihan Herbalife.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Ibid., 17.

¹⁵⁰ Arga Yuli Pranata, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

Dengan demikian dalam poin ini bahwa bonus dan *royalty* dalam bisnis Herbalife sudah sesuai dengan syarat-syarat dalam fatwa ini.

4. Dalam Fatwa DSN ini telah ditentukan bahwa “Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.”

Bisnis Herbalife merupakan bisnis duplikasi sehingga seorang *upline* mempunyai kewajiban untuk membimbing *downlinenya* sampai berhasil, dengan demikian pemberian bonus dan *royalty* kepada *upline* yang berdasarkan omset penjualan *downline* dirasa sudah adil dan tanpa ada eksploitasi karena kesuksesan *downline* merupakan duplikasi bisnis dari *uplinenya*. Sehingga dalam poin ini pembagian bonus dan *royalt* sudah sesuai dengan ketentuan fatwa ini.

Dengan demikian dalam hal sistem bonus dan *royalty* Bisnis Herbalife secara keseluruhan sudah sesuai dengan ketentuan hukum dalam fatwa DSN tersebut di atas.

C. Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap Konsep *Ighrā'* pada Bisnis Herbalife di *Nutrition Club Cupid Ceria Madiun*

Sistem bonus dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) telah ditentukan bahwa “Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighrā'*.”

Ighrā' yakni daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.¹⁵¹

Ada beberapa daya tarik yang dimiliki oleh perusahaan Herbalife dalam memberikan penghargaan bagi para pebisnisnya, *pertama*, pin, plakat dan perhiasan. *Kedua*, bonus sebesar 2%-7%. *Ketiga*, *event-event* bisnis di luar negeri. *Keempat*, *testimony* hasil produk.

Namun dari keempat daya tarik ini yang paling mudah menarik minat dari masyarakat umum adalah *testimony* hasil produknya, karena memang *testimony* inilah yang bisa langsung dilihat secara nyata oleh masyarakat baik melalui *pamphlet* maupun media sosial yang menjadi media para pebisnis untuk melakukan promosi. Dan pada dasarnya ketiga daya tarik yang lain hanya bisa diketahui oleh masyarakat ketika sudah mengikuti event dari Herbalife, sehingga secara umum ketiga daya tarik tidak dipublikasikan secara *gambling* seperti *testimony* hasil produk. Untuk *testimony* tersebut dapat dilihat secara langsung pada foto hasil produk pada lampiran dalam penelitian ini.

Ketertarikan masyarakat terhadap *testimony* ini juga bisa dilihat juga dari keterangan beberapa *customer nutrition club* Cupid Ceria yang sudah masuk dalam bisnis, yakni awalnya mereka hanya berniat untuk program turun berat badan saja dan kemudian berhasil dan bisa mempertahankan berat

¹⁵¹ Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa*, 811.

badannya sehingga bisa menggunakan *testimony* hasil produk mereka sendiri sebagai media pemasaran.¹⁵²

Jadi daya tarik yang telah dipaparkan di atas khususnya bonus bukan merupakan konsep *Ighrā'* dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ini, karena tidak sampai memicu pebisnis untuk melakukan bisnis hingga menyebabkan kelalaian terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.

Bahkan member yang ikut terjun ke Bisnis Herbalife ini secara garis besar berawal dari keinginan untuk program naik ataupun turun berat badan sehingga mereka awalnya sudah mempunyai hasil produk turun/naik berat badan dan kesehatan juga semakin membaik, oleh karena itu mereka ingin mengajak orang lain untuk hidup lebih sehat dan dapat naik/turun berat badan yakni dengan cara memperbaiki pola makan mereka salah satunya dengan mengkonsumsi produk Herbalife, bahkan Herbalife juga sudah bergabung dengan program pemerintah yakni program Gerakan Masyarakat Sehat (GERMAS).¹⁵³

Serta banyak konsumen yang belum terjun ke bisnis Herbalife menganggap bahwa bisnis Herbalife ini sulit karena mendapatkan konsumen untuk produk yang relatif mahal itu tidak mudah. Dan juga dengan bonus yang ditawarkan tidak dengan mudah didapatkan karena meskipun bonus

¹⁵² Helni Ruslani, *Hasil Wawancara*, Madiun. 8 Februari 2019.

¹⁵³ Nina Jarmini, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

tersebut tergolong dalam jumlah yang besar namun juga berbanding lurus dengan omset penjualan yang harus dilakukan.¹⁵⁴

Dengan demikian pada aspek ini konsep *Ighrā'* terbukti tidak terdapat dalam Bisnis Herbalife, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam aspek ini bisnis Herbalife telah sesuai dengan Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), yakni bonus yang diberikan tidak tergolong dalam kategori *Ighrā'*.



¹⁵⁴ Esti Nurlaila, *Hasil Wawancara*, Madiun. 21 Maret 2019.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah penulis kemukakan dalam bab-bab sebelumnya, tentang “Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS terhadap Bisnis Herbalife di *Nutrition Club* Cupid Ceria Kota Madiun”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga produk Herbalife termasuk dalam konsep *Excessive Markup* sehingga belum sesuai dengan ketentuan yang dimuat dalam fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS karena harga produk Herbalife yang relatif mahal tersebut tidak sesuai dengan hasil produk yang diperoleh.
2. Bonus dalam bisnis Herbalife yang berupa *royalty* dan bonus sudah sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS. *Pertama*, karena bonus yang didapat tersebut berdasarkan pada prestasi kerja nyata karena bonus tersebut meskipun diperoleh dari omset penjualan *downline* namun *upline* juga harus mempunyai omset penjualan secara pribadi. *Kedua*, dalam bisnis Herbalife juga sudah ditentukan secara lengkap jumlah bonus yang akan diberikan mulai dari level *supervisor* sampai dengan *president's team*. *Ketiga*, pada bisnis Herbalife tidak ada bonus yang diperoleh *upline* secara pasif, karena bonus dan *royalty* tersebut diperoleh dengan syarat *upline* juga harus beromset. *Keempat*, bahwa dalam bisnis Herbalife tidak ada eksploitasi dan

ketidakadilan karena pembagian bonus dan *royalty* sudah didasarkan pada kerja nyata.

3. Dalam Bisnis Herbalife tidak mengandung unsur *Ighrā'* sehingga sudah sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS. Karena bonus yang diberikan dalam bisnis ini tidak membuat para pebisnisnya sampai melalaikan kewajiban mereka bahkan yang tertarik bisnis adalah mereka yang mempunyai hasil produk.

B. Saran

Dalam rangka kesempurnaan skripsi ini, penulis sampaikan beberapa saran yang berkaitan dengan judul pembahasannya, sebagai berikut:

1. Penulis berharap penelitian-penelitian semacam ini tidak berhenti sampai disini saja, sebab bisnis MLM semakin berkembang luas dan pemerintah juga sudah mengatur regulasi untuk bisnis ini. Dengan demikian akan dapat menambah khazanah keilmuan dan memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang *Multi Level Marketing* Syariah;
2. Masyarakat diharapkan lebih selektif terhadap segala bentuk informasi mengenai bisnis MLM sehingga dapat menjadi masyarakat yang fleksibel dan bijaksana. Untuk para pebisnis MLM disarankan menambah kehati-hatian dalam berbisnis sehingga dapat berbisnis sesuai syariat salah satunya dengan fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Gharyani, Ash-Shadiq Abdurrahman. *Fatwa-Fatwa Mu'amlah Kontemporer*, terj. A. Syakur. Surabaya: Pustaka Progresif, 2004.
- Bhinadi, Ardito. *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*. Yogyakarta: Deepublish, 2012.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Muamalah*. Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.
- Dewi, Gemala et.al. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Herbalife. *Buku 1 Dasar Bisnis Anda*. t.tp.: t.p., t.th.
- *Buku 2 Menggunakan dan Menjual Ritel Produk-produk Anda*. t.tp.: t.p., t.th.
- *Buku 3 Membangun Bisnis Anda*. t.tp.: t.p., t.th.
- *Buku 4 Rencana Penjualan & Pemasaran dan Aturan Bisnis*. t.tp.: t.p., t.th.
- Islahi, A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, terj. Anshari Thayib. Surabaya: PT Bina Ilmu Offset, 1997.
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah*. Tangerang: Amal Actual, 2005.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- MUI, Dewan Syariah Nasional. *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Pelangi, Tim Laskar. *Metodologi Fiqih Muamalah*. Kediri: Lirboyo Pers, 2015.

RI, Departemen Agama. *al-Quran al-Karim dan Terjemahannya Departemen Agama RI*. Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2002.

Rokamah, Ridho. *al-Qawaid al-Fiqhiyyah Kaidah-kaidah Pengembang Hukum Islam*. Ponorogo: STAIN PO Press, 2015.

Rozalinda, *Ekonomi Islam*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015.

Sudarto. *Masailul Fiqhiyyah al-Haditsah*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Malang: Alfabeta, 2013.

Zuhriah, Nurul *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Wawancara

Agustinaningsih. *Hasil Wawancara*. Madiun. 24 Januari 2019.

----- *Hasil Wawancara*. Madiun. 8 Februari 2019.

----- *Hasil Wawancara*. Madiun. 21 Maret 2019.

Alfiansyah, Muhammad Tegar. *Hasil Wawancara*. Madiun. 15 Mei 2019.

Fitriani, Nadiyah. *Hasil Wawancara*. Madiun. 15 Mei 2019.

Indrawati, Nunuk. *Hasil Wawancara*. Madiun. 15 Mei 2019.

Jarmini, Nina. *Hasil Wawancara*. Madiun. 21 Maret 2019.

Listyorini, Dewi. *Hasil Wawancara*. Madiun. 15 Mei 2019.

Maghfiroh, Siti. *Hasil Wawancara*. Madiun. 15 Mei 2019.

Maharani, Nikita. *Hasil Wawancara*. Madiun. 7 November 2018.

Nurlaila, Esty. *Hasil Wawancara*. Madiun. 21 Maret 2019.

Pranata, Arga Yuli. *Hasil Wawancara*. Madiun. 8 Februari 2019.

----- *Hasil Wawancara*. Madiun. 21 Maret 2019.

Ruslani, Helni. *Hasil Wawancara*. Madiun. 21 Maret 2019.

Suhartini, Sri. *Hasil Wawancara*. Madiun. 8 Februari 2019.

Karya Ilmiah

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.

Fatmasari, Ade. “Multi Level Marketing Pada Perusahaan Herbalife Ditinjau dari Fatwa MUI No.75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Rumah Sehat Puri Club Bagansiapiapi).” *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2013.

Kurniasari, Ervin Putri. “Tinjauan Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia (MSI) di Madiun.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Munawaroh,Lailatul. “Analisis Fatwa DSN MUI No.75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Bisnis Paytren.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

Mutaali, Khabib. “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM Stokis HPAI Kurnia Ponorogo.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2016.

Yuliana, Kiki. “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflamme di Ponorogo Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017.

Website

APLI Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. “Daftar Anggota,” dalam <http://www.apli.or.id/de/anggota/>. Diakses pada tanggal 18 Desember 2018, jam 19.01).

Dewan Syariah Nasional MUI. “Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah,” dalam <https://dsnmui.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/>. Diakses pada tanggal 18 Desember 2018, jam 10.50.

Herbalife Indonesia. “Bisnis Herbalife,” dalam <http://bisnis.herbalife.co.id/>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.24).

----- . “Komitmen Ilmiah,” dalam <http://perusahaan.herbalife.co.id/ilmu-pengetahuan-kami>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.28.

----- . “Membangun Bisnis Anda Sendiri,” dalam <http://bisnis.herbalife.co.id/membangun-bisnis-anda-sendiri>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.25.

----- . “Sejarah,” dalam <http://perusahaan.herbalife.co.id/sejarah-kami>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.29.

----- . “Tanggung Jawab Sosial.” dalam <http://perusahaan.herbalife.co.id/tanggung-jawab-sosial>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2019, jam 17.30.

Majelis Ulama Indonesia. “Sejarah MUI,” dalam <https://mui.or.id/sejarah-mui/>. Diakses pada tanggal 5 Januari 2019, jam 09.45.

