BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak ditemukan pada tahun 1940-an oleh Profesor asal Universitas Chicago[1], sistem jaringan atau yang lebih dikenal dengan MLM (*Multi Level Marketing*) dalam perjalanannya berhasil berkembang pesat sebagai bagian yang terpenting dari industri penjualan langsung. Metode penjualan langsung tersebut membawa manfaat yang luar biasa bagi pasar, yaitu memberikan kesempatan kepada ribuan orang yang mungkin terabaikan atau tidak terserap di pasar tenaga

[1] "Mengenal Sejarah MLM", http://warungmlm.blogspot.com/2009/01/mengenal-sejarah-mlm.html diakses tanggal 13 Maret 2013

kerja, sehingga sistem MLM yang semula tidak diperhitungkan mulai diikuti oleh berbagai kalangan bisnis, begitu pula di Indonesia.

Adapun di Indonesia, sistem MLM yang mulai menjadi pusat perhatian bagi umat Islam adalah model MLM yang berkaitan dengan serangkaian ibadah, yaitu Biro penyelenggara ibadah Haji dan Umrah. Dengan model pemasaran berjenjang, calon jamaah yang ikutserta dalam sistem jaringan akan mendapatkan komisi tertentu jika berhasil mendapatkan calon jamaah lain dalam sistem jaringannya. Artinya, hasil komisi yang didapatkan tersebut memberikan peluang besar bagi kaum muslim untuk menyempurnakan rukun Islamnya, yaitu mengunjungi *baitullâh.*

Di sisi lain, perbincangan mengenai status hukum MLM Haji dan Umrah pun tidak dapat dipungkiri, hal ini dikarenakan adanya pengakuan dari salah satu calon jamaah Umrah sebuah travel yang mengaku menjadi korban promo MLM Umrah pada PT Mitra Permata Mandiri (MPM), yaitu Aminah (59 tahun), ia menderita kerugian hingga Rp. 20 juta karena tidak kunjung diberangkatkan, padahal pihak PT menjanjikan Aminah dan suaminya, Suripto (68), berangkat umrah pada Juni 2012 lalu[2]. Direktur Pembinaan Haji Kemenag RI, Ahmad Kartono menyikapi hal tersebut mengatakan bahwa praktik MLM sangat merugikan masyarakat, paling tidak ada lima surat yang diterima Kemenag berhubungan dengan MLM, ada yang mempertanyakan biro perjalanan berizin

[2] "Pro Kontra Travel Haji dan Umrah", http://info-naik-haji.blogspot.com/2012/11/pro-kontra-mlm-umrah-dan-haji.html#.UMmH32MStT0, diakses tanggal 13 Desember 2012

dan tak berizin yang mengadakan umrah dengan MLM, wilayah pengaduan pun mencakup Lampung, Surabaya, Jawa Tengah, dan Kalimantan[3].

Direktur Pembinaan Haji Kemenag RI juga menambahkan bahwa kejadian seperti ini akan mengganggu citra biro perjalanan resmi dan pihaknya akan menindak biro perjalanan tak resmi yang menerima jamaah. Di sisi lain, Dewan Syariah Nasional MUI pun belum menetapkan fatwa bisnis MLM ini, dan hanya merilis sertifikat opini yang mengacu pada fatwa Nomor 75 Tahun 2009 tentang Pemasaran sejenis yang berupa barang. Hal ini menimbulkan himbauan dari Wakil Sekjen Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji (Himpuh), Muhammad Hasan bahwa sebaiknya calon jamaah haji menghindari penawaran produk haji dan umrah lewat *Multi Level Marketing* (MLM).

Diantaranya PT Happy Prima Wisata sebagai salah satu perusahaan biro perjalanan Haji dan Umrah yang menggunakan model sistem jaringan/MLM, telah berdiri sejak tahun 1999 di bawah Dinas Pariwisata Kota Jakarta No. 740/1.858.23 izin dari tahun 1999 No. 146/IU-BPW./KW.PSB/12/99, biro travel ini telah terdaftar sebagai Perusahaan Perseoran Terbatas berdasarkan No. 09.03.1.63.64014, sedangkan izin legalitas dari Kemenag RI berdasarkan nomor D/179/Tahun 2012 Umrah dan Izin Haji bernomor D/210/Tahun 2010[4]. Dengan sistem jaringan berjenjang yang mulai dikenalkan sejak tahun 2010[5], telah membawanya pada perkembangan pesat dalam memasarkan produk jasa travel,

[3] "Hindari MLM Haji: tak jarang penyelenggara MLM menggunakan biro perjalanan tak berizin", http://www.umrahhajiplus.com/baca.php?ArtID=1842 Diakses tanggal 13 Desember 2012
[4] Brosur resmi, "Divisi Marketing Prima Saidah, PT Happy Prima ".
[5] Yunus HM, *wawancara* (Jakarta, 18 Februari 2013).

sehingga memiliki jaringan yang tersebar di lebih dari 25 propinsi di seluruh Indonesia.

Dari 25 propinsi tersebut, mitra kerjanya terdiri dari para jamaah Haji maupun Umrah yang ikut andil dalam memasarkan produk, baik dengan penunjukan langsung secara resmi seperti Koordinator atau Sub Koordinator, maupun sebagai jama'ah Umrah/Haji biasa yang ikut dalam sistem jaringan. Model pembagian komisi jaringan pun terdiri dari komisi *muhasabah Haji/Umrah, atta'awun* dan *mudharabah*, yang mana keseluruhan tersebut akan didapat jika mitra kerjanya berhasil mendapaftarkan calon jamaah Haji/Umrah lain, begitu pun seterusnya secara berkelanjutan. Berdasarkan putusan fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 bahwa 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 termasuk jenis penjualan langsung berjenjang, atau yang lebih dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing* (MLM)[6].

Meskipun biro tersebut tidak tercatat sebagai perusahaan MLM, tetapi secara tidak langsung mengakui bahwa ada unsur MLM di dalamnya[7], dan berusaha untuk menyembunyikan model MLM tersebut dari jamaah haji/umrah maupun masyarakat luas, sehingga hak usaha keagenan hanya diberikan kepada calon jamaah yang ikut dalam sistem jaringan karena diberitahu adanya sistem tersebut. Sedangkan calon jamaah yang sengaja tidak diberitahu, tidak diberikan hak usaha keagenan tersebut, sehingga menimbulkan ketidakadilan dari aspek

[6] Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang
[7] Yunus Yahya, *wawancara* (Jakarta, 29 Nopember 2012)

kecurangan pemberian hak usaha keagenan, yang mana kecurangan tersebut dapat dikategorikan sebagai *ghisy*[8], sebagaimana Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim:

عَنْ أَبِيْ هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ – أَنَّ رَسُولَ اللهِ – صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ –: مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ مِنْ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيْهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلاً، فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبُ الطَّعَامِ؟" فَقَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُوْلَ اللهِ. قَالَ: "أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشْ فَلَيْسَ مِنِّي[11]

"Dari Abi Hurairah r.a bahwannya Rasulullah SAW berjalan di sejumlah bahan makanan (gandum), lalu dia memasukan tangannya ke dalam bahan makanan itu. Kemudian jari-jari beliau menemukan bagian yang basah, lalu beliau bertanya: "Hai pemilik (penjual) bahan makanan, Apa yang basah ini?" orang itu menjawab:"Kena hujan ya Rasulullah" Beliau bersabda: Mengapa bagian yang basha ini tidak Kau letakkan di atas agar bisa dilihat oleh calon pembeli? Barang siapa menipu? maka dia bukanlah termasuk golonganku!"[9]

Berdasarkan riwayat di atas, Rasulullah SAW mengancam bagi siapa saja yang melakukan praktek kecurangan berdagang dengan cara menyembunyikan hal yang tidak baik tersebut, maka bukanlah termasuk golongannya, dan jenis *ghisy* termasuk kategori *ghurur*, yaitu ada upaya untuk menipu, sedangkan *ghurur* memiliki satu makna dengan *gharar* (penipuan)[10]. Banyak dari ulama *fuqaha* pun mengharamkan praktek *gharar*, karena dalam

---

[8] *Ghisy* atau kecurangan adalah perbuatan yang disengaja untuk menimbulkan kerugian pada pihak lain, misalnya seseorang yang membuat pernyataan palsu, menyembunyikan atau menghilangkan bukti yang penting. Lihat: *Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah*, (Jakarta: Bank Indonesia,Direktorat Perbankan Syariah, 2006),20.

[9] M. Nashiruddin al-Bani, "*Mukhtashar Shahih Muslim",* diterjemahkan Elly Lathifah, *Ringkasan Shahih Muslim* (Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 2005), 448.

[10] Ramadhan Hafidz Abdurrahman, *Nazhriyatul Gharar fil buyuu'* (Kairo: Darussalam, 2005), 11.

praktek *gharar* terdapat pengambilan harta dengan cara yang *dzâlim*, sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ[11]

"Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui"[12]

Dengan mengingat tujuan haji dan umrah merupakan serangkaian ibadah untuk mengharap ridha Allah SWT dan bukan untuk mencari keuntungan ber-*muamalah*, bahkan ditambah dengan unsur MLM di dalamnya, menarik bagi peneliti untuk menjadikan biro travel PT Happy Prima Wisata sebagai objek penelitian dengan judul **"BISNIS TRAVEL HAJI DAN UMRAH BERSISTEM JARINGAN PERSPEKTIF *MASHLAHAH* (Studi Pada PT Happy Prima Wisata)"**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata?
2. Bagaimana tinjauan *mashlahah* terhadap bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata?

[11] Q.S. al-Baqarah (2): 188.
[12] Kemenag RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, 29.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian hanya meliputi pelaksanaan bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata dan tinjauan *mashlahah* terhadap bisnis tersebut, yaitu dengan memperhatikan *maqâshid al-syari'ah*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pelaksanaan bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata.
2. Untuk menguraikan tinjauan *mashlahah* terhadap bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat terhadap perkembangan khazanah keilmuan hukum Islam, khususnya dalam bidang fiqh muamalah terhadap sistem jaringan pemasaran berjenjang. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dikembangkan sebagai acuan penelitian selanjutnya yang terkait dengan tema ini.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan panduan atau acuan bagi biro perjalanan lain maupun perusahaan di luar bidang tersebut yang menggunakan sistem jaringan atau MLM dengan memperhatikan maksud syariah serta terhindar dari unsur *grarar* (penipuan). Dengan demikian

akan tercipta ukhuwah Islamiyah dalam kegiatan bisnis yang sesuai dengan *maqâshid al-Syari'ah.*

F. Definisi Operasional

Travel Haji & Umrah : Suatu Perusahaan Biro perjalanan wisata penyelenggara ibadah Haji dan Umrah.

Sistem Jaringan : Pilihan sistem bisnis MLM yang didasarkan pada pembangunan jaringan, artinya semakin luas jaringannya maka semakin besar profit yang dihasilkan.

Hukum Islam : Seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan *(sunnah)* Rasul tentag tingkah laku mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku serta mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.[13]

Mashlahah : Segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menghasilkan keuntungan/kesenangan, maupun menolak/menghindarkan kemudharatan atau kerusakan.

[13] Ismail Muhammad Syah dkk, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), 17-18.

G. Penelitian Terdahulu

1. Multi Level Marketing Pada Perusahaan K-Link Indonesia Di Tinjau Dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Stockist Centre Pekalongan)

Penelitian ini dilakukan oleh Irawati mahasiswa STAIN Pekalongan dengan metode deskriptif kualitatif. Kesimpulan hasil penelitannya adalah sebagai berikut:

1) Dalam praktek usahanya para anggota MLM Syari'ah PT K-Link Indonesia di Pekalongan tercantum dalam kode etik, didalamnya juga mencakup hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh distributor terkait dengan kegiatan bisnisnya dan sanksi bagi para pelanggar aturan tersebut serta penyelesaian masalah jika terjadi persoalan antara perusahaan dengan mitranya.

2) Pelaksanaan praktik MLM oleh distributor perusahaan K-Link di Pekalongan terbebas dari unsur *maghrib* yaitu maysir (gambling/ spekulatif / judi), *gharar* (fiktif), Haram (komoditinya), ribawi (interest), batil (illegal, penuh kecurangan), karena syarat dan rukun dalam jual beli telah terpenuhi yaitu ada penjual, pembeli, ada barang, harga serta akad.

Dengan demikian, kesimpulannya bahwa penerapan kode etik di perusahaan K-Link Indonesia adalah sesuai dengan apa yang telah digariskan pleh syariah, karena dalam setiap gerak usahanya selalu dilandasi dengan prinsip ibadah dan muamalah. Bukti lain dari dilaksanakannya bisnis MLM

syariah adalah misalnya tentang komoditi, bahwasanya komoditi dari PT K-Link Indonesia dijamin 100% halal dan thoyyib serta mendapat Sertifikat MLM Syariah dari MUI sehingga umat islam aman dan nyaman menggunakan produk-produk dari PT K-Link Indonesia.

2. Perilaku Bisnis Dalam Jaringan Pemasaran (Studi Kasus Pemberian Kepercayaan Dalam Bisnis Multi Level Marketing Shariah (MLMS) pada Herba Penawar al-Wahida (HPA) di Surabaya)

Penelitian ini dilakukan oleh Ika Yunia Fauzia (2011) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul "Perilaku Bisnis Dalam Jaringan Pemasaran (Studi Kasus Pemberian Kepercayaan Dalam Bisnis *Multi Level Marketing Shariah* (MLMS) pada Herba Penawar al-Wahida (HPA) di Surabaya)". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi bisnis *Multi Level Marketing Shariah,* di Herba Penawar al-Wahida Surabaya, untuk mengetahui model kepercayaan *(trust)* dalam bisnis Islam dipahami dan ditransformasikan dalam sistem pemasaran dan sumber daya mendukung pemasaran dalam *Multi Level Marketing Shariah,* pada Herbal Penawar al-Wahida di Surabaya.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik analisa data deduktif-induktif dan induktif-deduktif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah:

1. Pelaksanaan dan penerapan bisnis HPA di Surabaya sudah mendapatkan respon yang baik bagi para pelaku bisnis MLMS, karena didukung adanya diferensiasi produk HPA. Akan tetapi ada keterlambatan

perkembangan bisnis ini di Jawa Timur, khususnya di Surabaya, dibandingkan dengan perkembangan di Jawa Barat dan Luar Jawa.

2. Sebuah fakta hasil aplikasi *trust* dalam bisnis MLMS di HPA ditemukan peneiliti bahwa tingkat kerentangan yang tinggi akan bisa eksis apabila mengaplikasikan *trust* di dalamanya. Akan tetapi peneliti menemukan beberapa kesenjangan antara teori dengan data empiris yang berada di lapangan, yaitu mengenai kesenjangan bahasan tentang *trust* dalam masyarakat dalam menerima feedback dari HPA.
3. Peneliti mendapatkan model *trust* dengan nama *transcendental trust* dalam bisnis Islam, yang mana peneliti berusaha mencapai pemahaman konseptual melalui proses bertahap dan bolak-balik dari deduktif-induktif, dan induktif-deduktif.

3. Pandangan Hukum Islam Tentang Marketing Plan Dalam Bisnis Multi Level Marketing (MLM) PT K-Link

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ayyudiana Niyati Mufidah (2012) Mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syarian UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul "Pandangan Hukum Islam Tentang Marketing Plan Dalam Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT K-Link". Jenis penelitian ini masuk kategori empiris dan model pendekatan yang digunakannya adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini mempunyai dua kesimpulan, diantaranya:

1. Mekanisme bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di dalam K-Link *stociest* cabang Kepanjen Malang dalam memberikan bonus kepada distributornya dibagi menjadi dua bagian, yaitu *Plan A* dan *Plan B*, yang mana bagi yang memperoleh *Plan B* secara otomatis juga memperoleh bonus *Plan A*. Bonus *Plan A* sebesar 74% yang diberikan kepada distributor sedangkan sisanya 26% yang diambil oleh perusahaan, sedangkan *Plan B* diberikan kepada distributor sebesar 72% dan sisanya 28% diambil perusahaan. Selain bonus *Plan A* dan *Plan B*, para distributor akan mendapatkan keuntungan langsung sebesar 20% dari selisih harga produk yang dijual.
2. PT K-Link telah memenuhi syarat sebagai Lembaga Keuangan Bisnis MLM Syariah, karena operasionalnya telah sesuai dengan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 75/DSN-MUI/III/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dan dalam struktur manajemennya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS). Adapun ditinjau dari aspek syariah, dari dua aspek produk atau jasa dan sistem MLM yang digunakan, tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Tabel 1
Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti/ Perguruan Tinggi/Tahun	Judul Skripsi	Objek Formal	Objek Material
1.	Irawati/STAIN Pekalongan/ 2011	Multi Level Marketing Pada Perusahaan K-Link Indonesia Ditinjau Dari Fatwa MUI No. 75/VII/2009 (Studi Kasus Pada Stockist Centre Pekalongan)	MLM	MLM K-Link perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/VII/2009
2.	Ika Yunia Fauzia/IAIAN Sunan Ampel Surabaya/2011	Perilaku Bisnis Dalam Jaringan Pemasaran (Studi Kasus Pemberian Kepercayaan Dalam Bisnis Multi Level Marketing Shariah (MLMS) pada Herba Penawar al-Wahida (HPA) di Surabaya)	MLM	Jaringan pemasaran dalam kasus pemberian kepercayaan pada MLM Syariah HPA
3.	Ayyudiana N.M/Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang/2012	Bisnis MLM K-Link Menurut Hukum Islam	MLM	Marketing Plan MLM K-Link perspektif Hukum Ekonomi Syariah
4.	Abdul Rauf/ Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang/2013	Bisnis Travel Haji dan Umrah Bersistem Jaringan Perspektif *Mashlahah* (Studi pada PT Happy Prima Wisara)	MLM	Analisis *Mashlahah* terhadap Bisnis MLM Haji dan Umrah PT Happy Prima Wisata

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas, letak perbedaan yang paling mendasar dengan penelitian Bisnis Travel Haji dan Umrah adalah adanya unsur ibadah yang diperniagakan dalam bentuk jasa perjalanan. Perbedaan lain dari

setiap penelitian di atas terletak pada objek materil yang dikaji serta metode pendekatan penelitiannya, adapun objek formal yang dikaji tetap sama dalam lingkup MLM.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan hasil penelitian, maka disusun dengan sistematika yang terbagi dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa sub bab guna lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing-masing bab serta pokok pembahasannya adalah sebagai berikut.

Bab pertama merupakan bab pendahuluan, Bab ini menguraikan tentang alasan pemilihan judul, latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan kerangka teori yaitu kajian kepustakaan yang berisi tentang teori-teori yang mempunyai relevansi terhadap masalah penelitian, yaitu konsep ibadah Haji dan Umrah, *Multi Level Marketing,* bentuk-bentuk kecurangan berdagang dan Konsep *Mashlahah.*

Bab ketiga, merupakan bab yang menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan untuk penelitian ini yang meliputi lokasi penelitian, jenis penelitian, pendekatan, metode pengumpulan data, metode keabsahan data serta metode analisis data.

Bab keempat, memaparkan data yang didalamnya berisikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, baik data primer maupun sekunder.

Analisis data dari hasil penelitian yang telah diperoleh meliputi gambaran umum perusahaan, pelaksanaan bisnis travel Haji dan Umrah bersistem jaringan pada PT Happy Prima Wisata dan analisis *mashlahah* terhadap bisnis travel haji dan umrah bersistem jaringan tersebut

Bab kelima, merupakan kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan, baik dalam bab pertama, kedua, maupun ketiga. Sehingga pada bab lima ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif agar semua upaya yang pernah dilakukan serta segala hasil yang telah dicapai bisa ditingkatkan lagi kepada arah yang lebih baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN