

## ABSTRAK

Mazamy, Najibullah. 09220068. 2013. *Bonus dalam Perusahaan Network Marketing Herbalife Perspektif Ju'alah*, Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dosen Pembimbing: Dr. Sudirman, M.A.

---

**Kata Kunci:** Bonus, network marketing, *ju'alah*

Aktifitas pemberian bonus yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan network marketing yang diberikan kepada distributor-distributor yang sukses adalah sistem utama dalam bisnis network marketing. Distributor-distributor yang sukses adalah mereka yang telah berhasil menjual produk dan mengembangkan jaringan. Efek dari kesuksesan yang mereka capai bagi perusahaan adalah penjualan produk yang semakin meluas. Oleh karena itu, perusahaan menjanjikan para distributor untuk memberikan penghargaan yang melimpah.

Data terakhir menunjukkan bahwa ada sekitar 64 perusahaan resmi yang menjalankan bisnis ini di Indonesia dan lebih dari 8 juta penduduk Indonesia ikut serta dalam bisnis ini. Mereka menginginkan pemasukan yang menjanjikan yaitu bonus, pasif income. Ironisnya, ribuan bahkan jutaan dari mereka gagal dalam bisnis ini. Sebuah data menunjukkan bahwa 60% dari mereka yang masuk dalam bisnis ini gagal. Hanya beberapa dari mereka yang kuat bertahan yang berhasil dan mendapatkan pendapatan tersebut. Menjual produk secara personal, mengajak orang-orang masuk didalamnya, dan menjaga agar mereka tetap menjual produk (membangun jaringan) adalah sistem utama dalam bisnis ini. Ini bukan pekerjaan yang mudah dan tidak semua orang dapat melakukan hal ini tentunya.

Untuk membangun jaringan dan menjaga penjualan tinggi adalah salah satu dari tujuan utama dari sebuah perusahaan network marketing. Untuk ini, mereka memiliki sebuah sistem yang berupa, "setiap anggota yang dapat mencapai pencapaian-pencapaian tertentu dalam penjualan dan membangun jaringan, maka dia akan mendapatkan pendapatan bebas yang tidak diambil dari penjualan langsungnya kepada konsumen dan distributor lain. Anggota tersebut hanya harus menjaga penjualan tetap tinggi dan mempertahankan jaringan dan mengikuti aturan". Hal ini semacam *shighah* pengumuman sembara yang dalam *fiqh* disebut dengan *ju'alah*. seperti yang disebut oleh lembaga fatwa Mesir *Daar al Iftâ* bahwa ada tiga jenis transaksi yang terdapat dalam sebuah bisnis network marketing, yaitu *bay'*, *samsarah*, dan *ju'alah*. Yang disebut terakhir adalah transaksi yang menjanjikan pemberian bonus.

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa aktifitas pemberian bonus khususnya yang dilakukan oleh Herbalife termasuk kontrak *ju'alah* dalam Islam. Tidak adanya persetujuan bersama di awal, keumuman pihak kedua yang dapat melakukannya, tidak jelasnya jenis pekerjaan dan durasi pengerjaan yang harus dilakukan, itu semua sesuai dengan konsep *ju'alah*. tujuan yang diinginkan oleh pihak pertama (perusahaan) hanyalah pencapaian-pencapaian yang dilakukan oleh para distributornya sesuai aturan yang ditentukan. Dalam *fiqh* perspektif Imam Hanafi, kontrak *ju'alah* tidak diperbolehkan karena mengandung unsur *gharar* dan *juhâlah*. Menurut imam Maliki, Syafi'y, dan Hanbali, kontrak *ju'alah* diperbolehkan mengacu pada QS. Yusuf: 72. Mereka memberikan hukum *rukhsah* terhadap adanya unsur *gharar* dan *juhâlah* didalamnya.