

**ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI  
LEVEL MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI  
INDONESIA KABUPATEN BULELENG)**

**SKRIPSI**

Oleh :

Annisa Humairo

(17220003)



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG 2022**

**ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL  
MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA  
KABUPATEN BULELENG)**

**SKRIPSI**

Oleh

Annisa Humairo

17220003



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2022**

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrohim

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL  
MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA  
KABUPATEN BULELENG)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan. Maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 05 April 2022

Penulis,



Annisa Humairo

Nim 17220003



### HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Annisa Humairo Nim: 17220003 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTEK MULTI LEVEL  
MARKETING SYARIAH (STUDI DI PT. TIENSI INDONESIA**

**KABUPATEN BULELENG)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

**Malang, 5 April 2022**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi**  
**Hukum Ekonomi Syariah**

**Dr. Fakhruddin, M.HI**

Nip. 19740819 200003 1 002

**Dosen Pembimbing**

**Iffaty Nasyi'ah, M.H**

Nip. 197606082009012007



**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Annisa Humairo  
Nim : 17220003  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Dosen Pembimbing : Iffaty Nasyi'ah, MH  
Judul Skripsi : **Analisis Hukum Islam Dalam Sistem Praktis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus Pt. Tiensi Indonesia Kabupaten Buleleng)**

No	Hari/ Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	18 Juli 2021	Proposal	
2	2 Agustus 2021	Proposal	
3	8 Agustus 2021	Acc Proposal	
4	24 Agustus 2021	Revisi Proposal	
5	17 September 2021	Revisi Proposal	
6	23 Oktober 2021	Revisi Proposal	
7	11 November 2021	Revisi Proposal	
8	2 Desember 2021	Acc Proposal dan Bab IV	
9	13 Desember 2021	Revisi Bab IV dan V	
10	24 Desember 2021	Revisi Bab IV dan V	
11	30 Maret 2022	Acc Bab IV dan V	

Malang, 5 April 2022  
Mengetahui  
a/n Dekan  
Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

**Dr. Fakhruddin, M.HI**

Nip. 19740819 200003 1 002

## PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara/i Annisa Humairo NIM 17220003, mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

### **ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA KABUPATEN BULELENG)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai : A

Dosen Penguji :

1. Dr. H. Abbas Arfan, S. HI., M.H.

NIP : 197212122006041004

(  )

2. Ramadhita, M. HI.

NIP : 198909022015031004

(  )

3. Iffaty Nasyi'ah, M.H.

NIP : 197606082009012007

(  )

Malang, 25 April 2022

Dr. Sudirman, M.A.

NIP : 197708222005011003

## PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Annisa Humairo, NIM 17220003, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

### **ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA KABUPATEN BULELEN)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: A

Malang, 03 Juni 2022

*Scan Untuk Verifikasi*



Dekan,  
  
Drs. Sudirman, M.A.  
NIP. 197708222005011003



## **HALAMAN MOTTO**

“Just Do It, Dont Think It Too Much And  
Believe Yourself ”

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul:

### **ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA KABUPATEN BULELENG)**

Dengan segala upaya, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu/Sdr :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Iffaty Nasyi'ah M.H selaku dosen pembimbing skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih karena telah memberikan bimbingan, saran, dukungan, menyemangati dan meluangkan waktu selama pelaksanaan dan penyelesaian penulisan skripsi.

5. Segenap jajaran dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membina, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Staff Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Narasumber stokis tiens, terutama para informan, Bapak Kamaruddin, bu Ovi, dan Bapak Iqbal, yang bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan guna menyelesaikan penelitian ini.
8. Mama, abang amir, mb may, kak ijak, kak ros, bang hairul dan ponakan tercinta yang selalu mendukung, menyemangati, dan membantu penulis dalam setiap prosesnya, sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan penelitian skripsi ini dengan baik.
9. Farah, amel, teman-teman yang saya sayangi selalu setia mendampingi dan membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini mempunyai kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga ilmu yang diperoleh selama di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat.

Malang, 28 Maret 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Annisa Humairo

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Umum

Transliterasi yang dimaksudkan disini adalah pemindahalihan dari Bahasa Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan Bahasa Arab ke dalam Bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar dinternasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Transliteration), INIS Fellow 1992.

ا	tidak ditambahkan	ض	dl
ب	b	ط	th
ت	t	ظ	dh
ث	ts	ع	koma menghadap ke atas)
ج	j	غ	gh
ح	h	ف	f
خ	kh	ق	q
د	d	ك	k
ذ	dz	ل	l
ر	r	م	m

ز	z	ن	n
س	s	و	w
ش	sy	ه	h
ص	sh	ي	y

## B. Konsonan

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak diawal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau di akhir kata maka dilambangkan dengan tanda koma diatas (’), berbalik dengan koma (‘), untuk pengganti lambang "ع".

## C. Vokal, panjang dan diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “I” *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara sebagai berikut:

Vokal (a) panjang	â	Misalnya	قال	Menjadi	Qâla
Vokal (i) panjang	î	Misalnya	قيل	Menjadi	Qîla
Vokal (u) panjang	û	Misalnya	دون	Menjadi	Dûna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “I”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw)	و	misalnya	قول	Menjadi	Qawlun
Diftong (ay)	ي	Misalnya	خير	Menjadi	khayrun

## D. Ta’marbûthah (ة)

*Ta’marbuthah* ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah-tengah kalimat, tetapi apabila ta’marbuthah tersebut berada diakhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya : الرسالة للمدرسة : *alrisalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya: في رحمة الله menjadi

*fi rahmatillah.*

### **E. Kata Sandang dan Lafadh al-Jalalah**

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini :

1. Al-Im m al-Bukhâriy mengatakan...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan....
3. *Mâsyâ Allâhkânawamâ lam yasyâ lam yakun*
4. *Billâh âzzawajalla.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
BUKTI KONSULTASI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PENGESAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
نبذة مختصرة .....	xviii
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Operasional.....	8
F. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Kajian Teori .....	17
C. Multi Level Marketing.....	30
D. Skema Piramida .....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Pendekatan Penelitian .....	39
C. Lokasi Penelitian .....	40
D. Jenis dan Sumber Data .....	40
E. Metode Pengumpulan Data.....	40

F. Metode Pengelolaan Data .....	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Profil Perusahaan .....	42
1. Perusahaan .....	42
2. Nilai Dasar Perusahaan .....	44
3. Produk Perusahaan.....	45
B. Mekanisme Pengelolaan.....	47
1. Mekanisme Perekrutan.....	48
2. Mekanisme Penjualan .....	52
3. Mekanisme Bonus .....	54
C. Analisis Sistem Praktis.....	61
1. Produk Tiensi.....	64
2. Sistem dalam Pemasaran Produk.....	67
a. Multi Akad.....	67
b. Samsarah Ala Samsarah .....	84
c. Skema Piramida .....	90
3. Pengaturan Harga dan Ghabn Fahisy.....	94
BAB V PENUTUP .....	102
A. Kesimpulan.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN .....	108

## ABSTRAK

### “ANALISIS HUKUM ISLAM DALAM SISTEM PRAKTIS MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS PT. TIENSI INDONESIA KABUPATEN BULELENG)”

**Annisa Humairo**

*Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*

[\*Humairoannisa111@gmail.com\*](mailto:Humairoannisa111@gmail.com)

#### **Abstrak**

---

Network marketing yang menggunakan jasa pendistribusian barangnya melalui jaringan anggotanya yang dilakukan dengan merekrut dan mensponsori anggota lainnya dan begitu selanjutnya untuk melanjutkan lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan. Salah satu perusahaan yang menggunakan sistem mlm adalah PT. Tiensi yang telah berbasis syariah dan didasarkan pada Fatwa DSN-MUI No. 75/VII/2009. Dalam penelitian ini peneliti akan memaparkan sistem praktis mlm pada PT. Tiensi dalam pandangan hukum Islam.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan yang mana data yang diperoleh sesuai dengan keadaan asli di lapangan. Data primer di dapat melalui wawancara dengan stokis tiensi, dan pemuka agama setempat. Kemudian data sekunder diambil dari dokumen, jurnal, buku, majalah, *web site* yang berkaitan dengan yang diteliti. Analisis dilakukan dengan melakukan pendekatan penelitian normatif sosiologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai penerapan hukum Islam dalam Praktek mlm syariah PT. Tiensi

Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem mlm PT. Tiensi dari segi produk, perekrutan member, penjualan produk, dan jenjang karir sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No. 75/VII/2009, terdapat praktik multi akad yang mana sistem iwadnya tidak sesuai, dan skema piramida, serta exercise mark up atau ghabn fahisy yang mana hal ini tidak sesuai dengan hukum Islam yang berlaku.

---

**Kata kunci:** *Multi level marketing, hukum Islam, Tiensi*

# ANALYSIS OF ISLAMIC LAW IN A PRACTICAL SYTEM MULTI-LEVEL MARKETING SHARIA (STUDY CASE PT. TIENSI INDONESIA KABUPATEN BULELENG)

**Annisa Humairo**

*Maulana Malik Ibrahim State Islam University of Malang*

[Humairoannisa111@gmail.com](mailto:Humairoannisa111@gmail.com)

## **Abstract**

---

Network marketing uses the distribution of goods through a network of members which is done by recruiting and sponsoring other members and so on to continue through one or several income levels. One company that uses the MLM system is PT. Tiens which has been based on sharia and is based on the DSN-MUI Fatwa No. 75/VII/2009. In this study, researchers will describe a practical MLM system at PT. Tiens in the view of Islamic law.

The author of this study used field research where the data obtained were in accordance with the original situation in the field. Primary data was obtained through interviews with stockists, and local religious leaders. Then secondary data is taken from documents, journals, books, magazines, web sites related to the research. The analysis was carried out by using a sociological normative research approach. This study aims to determine the application of Islamic law in the practice of sharia MLM PT. Tiens

This research shows the MLM system of PT. Tiens in terms of products, member recruitment, product sales, and career paths in accordance with DSN-MUI Fatwa No. 75/VII/2009, there are multi-contract practices in which the iwad system is not appropriate, and pyramid schemes, as well as exercise mark-ups or ghabn fahisy which are not in accordance with applicable Islamic law.

---

**Keywords:** *Multi level marketing, Islamic Law, Tiensi*

تحليل القانون الإسلامي في نظام عملي متعدد المستويات للتسويق الشرعية (دراسة حالة PT. TIENSI  
INDONESIA KABUPATEN BULELENG)  
Annisa Humairo

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلام الحكومية في مالانج  
[Humairoannisa111@gmail.com](mailto:Humairoannisa111@gmail.com)

نبذة مختصرة

يستخدم التسويق الشبكي توزيع البضائع من خلال شبكة من الأعضاء ويتم ذلك عن طريق تجنيد ورعاية أعضاء آخرين وما إلى ذلك للاستمرار من خلال مستوى دخل واحد أو عدة مستويات. إحدى الشركات التي تستخدم نظام المميزات والرهون البحرية هي شركة PT.Tiens التي تستند إلى الشريعة وتستند إلى فتوى DSN-MUI رقم 57 / 2009 / VII. في هذه الدراسة ، سيصف

الباحثون نظام المميزات والرهون البحرية العملي في PT.Tiens من وجهة نظر الشريعة الإسلامية.

استخدم مؤلف هذه الدراسة البحث الميداني حيث كانت البيانات التي تم الحصول عليها متوافقة مع الوضع الأصلي في المجال. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال المقابلات مع الوكلاء والزعماء الدينبيين المحليين. ثم يتم أخذ البيانات الثانوية من المستندات والمجالت والكتب والمجالت ومواقع الويب المتعلقة بالبحث. تم إجراء التحليل باستخدام نهج بحث معياري اجتماعي. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تطبيق الشريعة الإسلامية في ممارسة الشريعة عبر المميزات والرهون البحرية

يوضح هذا البحث نظام المميزات والرهون البحرية ل PT.Tiens من حيث المنتجات وتوظيف الأعضاء ومبيعات المنتجات والمسارات الوظيفية وفقاً ل DSN-MUI Fatwa No .

9002/5/57 ، هناك ممارسات متعددة العقود ال يكون فيها نظام الإواد مناسباً ، ومخططات هرمية ، بالإضافة إلى ممارسة هوامش الربح أو الغبن الفهيصي التي ال تتوافق مع الشريعة الإسلامية المعمول بها.

الكلمات الدالة: تسويق متعدد المستويات ، الشريعة الإسلامية ، Tiens

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Manusia melakukan berbagai upaya ekonomi guna memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Oleh karenanya manusia dikenal sebagai homo ekonomikus. Ayat ini menjelaskan keinginan Allah untuk menciptakan seorang perwakilan dari bumi yang mana dalam satu pendapat mengatakan bahwa kata *khalifah* dibawa dalam bentuk isim nakiroh. Konotasinya adalah komunitas manusia yang memiliki peran sebagai homo ekonomikus yang tunduk pada peraturan ekonomi yang bersifat ekonomikus. Yang berperan untuk memakmurkan bumi, mengolah alam atau memberdayakan bumi.<sup>1</sup> Hal ini tergambar dalam ayat Al-Qur'an yang berbunyi :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ  
الْدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: “Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi”. Mereka berkata: “mengapa engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah. Padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau? “Tuhan berfirman: “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”.*<sup>2</sup>

Perkembangan ekonomi merupakan penentu dalam kesejahteraan masyarakat, beragam cara digunakan guna meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat,

---

<sup>1</sup> Ruslan, *Ayat-Ayat Ekonomi Makna Global dan Komentar*. (Banjarmasin: IAIN Antasi Press, 2014),3.

<sup>2</sup> Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 6.

salah satunya melalui bisnis. Dalam ajaran Islam sendiri juga terdapat ayat-ayat Al-Quran yang menyebutkan mengenai keragaman kegiatan ekonomi atau bisnis yang berbunyi :

وَاللَّيْلِ إِذَا يَغْشَىٰ ۖ وَالنَّهَارِ إِذَا تَجَلَّىٰ ۖ وَمَا خَلَقَ الذَّكَرَ وَالْأُنثَىٰ ۚ إِنَّ سَعْيَكُمْ لَشَتَّىٰ ۚ

Artinya : “ Demi malam apabila menutupi (cahaya siang), dan apabila terang benderang, dan penciptaan laki-laki dan perempuan, sesungguhnya usaha kamu memang berbeda-beda”<sup>3</sup>

Dalam sebuah komentar hal ini ditafsirkan manusia sebagai makhluk ekonomi yang berusaha untuk mempertahankan hidupnya melakukan ragam usaha seperti bercocok tanam, berjualan, menangkap ikan di laut dll.

Berkaitan dengan bisnis atau muamalah, beberapa tahun terakhir berkembang suatu sistem bisnis yang menawarkan kekayaan, perjalanan, dan kebebasan disebut dengan *multi level marketing* (MLM) yang banyak menarik atensi masyarakat. Hal ini disebabkan bisnis ini menawarkan kesuksesan dan kekayaan dalam waktu yang relatif singkat. MLM (multi level marketing) ini sendiri merupakan cabang dari *direct selling* yang mana sistem bisnis produknya menggunakan anggotanya sebagai konsumen, pembeli, promotor, pemasar, dan sebagai distributor.

Multi level marketing dalam Permendag No 70 tahun 2019 adalah kegiatan penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh penjual langsung yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen.

Lahirnya multi level marketing dilatar belakangi dengan realita konsep dari *direct selling* dan *retail* hanya memberikan manfaat finansial kepada kalangan

---

<sup>3</sup> Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 595.

tertentu yang jumlahnya terbatas seperti pemilik modal, pengelola usaha, tenaga administrasi, karyawan, sales, dan kurir. Pihak ketiga yang memiliki kemampuan sebagai jasa perantara. Serta pihak ke empat yang melakukan periklanan, seperti stasiun tv, radio, koran, majalah, papan reklame, dan sejenisnya. Sementara di sisi lain masyarakat konsumen hanya diposisikan sebagai penerima manfaat produk saja.<sup>4</sup>

Berdasarkan sejarah multi level marketing ini sendiri diawali dengan adanya *direct selling* yang muncul pada tahun 1886 di sebuah perusahaan parfum California yang didirikan di New York. Pendiri dari perusahaan ini adalah Dave Mc Conal yang kemudian menikah dan memperkerjakan istrinya Albo untuk menjadi wanita parfum California pertama, dan pekerjaan istrinya adalah melakukan penjualan secara langsung di rumah para konsumen. Hal ini terus berjalan hingga di tahun 1934 bertempat di California perusahaan bernama Nutrilite menggunakan suatu sistem penjualan baru yang menyalurkan atau mendistribusikan dan melatih setiap individu dengan sukses dan membantu anggota barunya untuk menjual produk secara mandiri, yang kemudian distributor memberikan komisi tambahan. Dengan cara tersebut distributor terus menambah anggota baru dan menerima komisi lebih besar. Di Indonesia mlm mulai masuk di tahun 1986 ketika mulai berdirinya PT. Nusantara Sun Chlorella atau yang saat ini bernama PT. Centra Nusa Insan Cemerlang yang kemudian diikuti oleh berbagai perusahaan lainnya.<sup>5</sup>

Meningkatnya derajat ekonomi sebagian masyarakat Indonesia yang menjadi distributor multi level marketing merupakan salah satu dampak dari adanya multi level marketing. Namun muncul masalah terkait produk atau cara kerjanya

---

<sup>4</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria. "Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 2, (2016): 107.

<sup>5</sup> Id CloudHost, «*Multi Level Marketing (MLM) : Sejarah, Pengertian, Konsep, Keunggulan, dan Tips & Triknya*». September 13, 2021, <https://idcloudhost.com/multi-level-marketing-mlm-sejarah-pengertian-konsep-keunggulan-tips-triknya/>

dipertanyakan apakah bebas dari unsur-unsur yang diharamkan dalam Islam seperti dari unsur multi akad yang tidak berdiri satu sama lain, kemudian *samsarah ala samsarah*.

Multi level marketing yang merupakan salah satu bagian bisnis dalam literatur syariah Islam pada dasarnya masuk kategori muamalah yang di bahas dalam jual beli atau *al-buyu'* yang memiliki hukum asal jual-belinya diperbolehkan. Hal ini didasarkan pada kaidah fiqih yang dikemukakan oleh Ibnu Qayyim Al-Jauziyah “*Pada dasarnya semua ibadah hukumnya haram kecuali ada dalil yang memerintahkannya, sedangkan asal dari hukum transaksi dan muamalah adalah halal kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*”<sup>6</sup>

Multi level marketing awalnya hanya berada di versi konvensional, namun seiring berjalannya waktu sistem bisnis dari multi level marketing ini dikembangkan dan di modifikasi agar sesuai dengan ketentuan syariah. Aspek-aspek haram dan *syubhat* dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah yang disebut dengan multi level marketing syariah. Dalam multi level marketing syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah yang memungkinkan untuk mengawasi pengelolaan suatu usaha syariah. Lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai *internal audit and surveillance system* untuk memfilter bila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu usaha syariah.<sup>7</sup>

Perusahaan multi level marketing lainnya yang juga masuk ke Indonesia ialah Tiensi yang berdiri pertama kali di Tianjin, Cina tahun 1995 oleh Li Jinyuan. Masuk di Indonesia pada tahun 2001 perusahaan ini dikenal dengan PT. Singa Langit Jaya atau Tiens Indonesia. Perusahaan multi level marketing ini bergerak

---

<sup>6</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Ramdhoni, dan Tira Nur Fitria.” *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam*”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 2, (2016): 105-106.

<sup>7</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah (dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya)*, (Depok: Qultum Media, 2005), 86.

supplement food, dan alat kesehatan. Perusahaan ini merupakan perusahaan raksasa multi nasional yang bergerak dalam berbagai bidang seperti bisnis properti, bio-teknologi, ritel, pendidikan, institusi keuangan, pariwisata dan lain-lain. Perusahaan ini memiliki kantor cabang di 110 negara dengan cakupan bisnis mencapai 190 negara dan membangun mitra strategis dengan berbagai perusahaan di seluruh dunia.<sup>8</sup>

Kemudian di tahun 2013 Tiens Indonesia menerima penyerahan sertifikasi syariah yang diberikan kepada President of Tiens Group Mr. Li Jinyuan dalam acara konferensi pers di auditorium majelis ulama indonesia (MUI).

Fokus utama dalam bisnis multi level marketing ini adalah bagaimana cara untuk menetapkan cara yang efektif dan terbaik untuk menjual suatu produk dari suatu. Jadi dari hal ini dapat disimpulkan multi level marketing hanya terkait dengan cara menjual suatu produk secara efisien ke pasar yang dituju, dan tidak memiliki hubungan dengan cara penciptaan kekayaan.

Multi level marketing tiens memiliki sistem yang berbeda dengan mlm lainnya contohnya dalam hal marketing plan adalah pendaftaran menjadi anggota hanya perlu dilakukan sekali dan berlaku seumur hidup dan tahapan atau peringkat tidak pernah turun, serta keuntungan terakumulasi tanpa batas waktu sedangkan dalam mlm lainnya seperti oriflame membership jika sudah tidak aktif maka harus mendaftar ulang lagi menjadi member yang otomatis peringkat akan dimulai lagi dari bawah dan keuntungan atau omset yang di raih sebelumnya akan ikut menghilang juga.

Mengenai hal tersebut peneliti akan melakukan penelitian mengenai hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan tersebut. Yang mana akan membahas dari sudut pandang multi akad dan skema piramida, hal ini bertujuan untuk

---

<sup>8</sup> Anonim, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman memulai Bisnis TIENS)*, (t.tp. : t.p., t.t), 5-6.

meraih kemaslahatan dan dari kemungkinan berbuat maksiat. Multi akad merupakan adanya lebih dari 1 akad, akad yang banyak, atau akad yang didalamnya terdiri lebih dari satu akad.<sup>9</sup> Sedangkan skema piramida adalah suatu sistem penjualan yang merupakan kegiatan usaha tertentu yang menggunakan produk sebagai kamufase atau topeng untuk menarik minat anggota yang mana nilai suatu produk tidak menjadi hal yang utama.<sup>10</sup>

Distribusi atas barang dan jasa dengan skema piramida memiliki kesamaan dengan istilah “skema ponzi” dalam bidang investasi, dimana para pelaku mengajak investor baru dengan mempromosikan laba yang lebih tinggi dibandingkan dengan investasi lain dalam waktu yang sangat singkat, dengan urutan pengembalian tidak wajar yang tinggi dan lebih konsisten. Dimana bentuk dari skema ini melakukan pengembalian yang tinggi yang terus membutuhkan aliran yang semakin meningkat dengan uang yang diterima dari investor baru untuk mengawasi agar kualitas skema ini tetap berjalan.<sup>11</sup>

Skema piramida merupakan suatu bentuk kegiatan usaha yang mana untuk memperoleh keuntungan bukan dari hasil menjual barang atau produk, melainkan dengan memanfaatkan peluang bergabungnya agen atau mitra usaha baru, yang di ambil dari biaya partisipasi orang akan bergabung seperti yang diterangkan dalam pasal 9 undang-undang nomor 7 tahun 2014.

Menurut Federal Trade Commission Amerika dalam lamannya berpendapat bahwa skema piramida merupakan kegiatan usaha yang menggunakan produk

---

<sup>9</sup> M. Yunus, “Hybrid Contract (Multi Akad) Dan Implementasinya di Perbankan Syariah”, *Jurnal Peradaban dan hukum Islam*, No. 1 (2019.): 90

<sup>10</sup> Debra A. Valentine, «Pyramid Scemes». *Washington D.C*, 1998, [Ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-scemes/](http://Ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-scemes/)

<sup>11</sup> Andika Wijaya, *Pengantar Hukum Dagang*. (Malang: Setara Press, 2017), 43.

atau barang dagangannya sebagai sebuah topeng atau kamufase untuk menarik minat anggota, yang mana nilai produk tersebut bukan menjadi hal yang utama.<sup>12</sup>

Pada hakikatnya multi level marketing adalah bisnis yang didasarkan pada sistem pendistribusian barang. Bonus didapatkan dari total omzet penjualan barang yang didistribusikan melewati jaringannya. Yang mana berbeda dengan money game yang pendapatan bonusnya didapat melalui perekrutan anggota, bukan dari keuntungan penjualan barang.<sup>13</sup>

Multi level marketing tiensi akan ditinjau dari segi hukum Islam dari produk hingga sistem praktiknya yang didalamnya apakah mengandung indikasi skema piramida serta multi akad dari akad jual beli dengan samsarah ala samsarah.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apa saja bagian dari hukum Islam yang digunakan dalam sistem praktis Multi Level Marketing (MLM) syariah (PT. Tiens Indonesia) ?
2. Bagaimana penerapan hukum Islam secara praktis dalam Multi Level Marketing (MLM) Tiansi Syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apa saja bagian dari hukum Islam yang digunakan dalam sistem praktis Multi Level Marketing (MLM) syariah PT. Tiens Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian penerapan hukum Islam dalam Praktek Multi Level Marketing syariah PT. Tiens Indonesia

---

<sup>12</sup> Debra A. Valentine, «Pyramid Schemes». *Washington D.C*, 1998, [ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-schemes](http://ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-schemes)

<sup>13</sup> Ahmad Mardalis, Nur Hasanah, “Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Um Surakarta*, No. 1 (2016): 32-33

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini kedepannya dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam khazanah pengetahuan sebagai bahan bacaan yang dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan hukum ekonomi syariah yang tepat baik bagi produsen maupun konsumen. Serta diharapkan pula dapat dijadikan acuan salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

#### **E. Definisi Operasional**

1. MLM atau multi level marketing

Multi level marketing atau biasa disebut dengan mlm adalah salah satu sistem pemasaran yang memanfaatkan pelanggannya pada jaringan distribusi produk yang di jual. Yang mana pada sistem multi level marketing ini memberikan kesempatan kepada konsumen untuk turut terlibat dengan penjual dan memperoleh manfaat melalui jalur kemitraan. Selain itu sistem ini juga memperpendek jalur antara konsumen dan produsen sehingga dapat memperbesar keuntungan perusahaan.

Di dalam sistem multi level marketing atau mlm member/anggota/mitra memiliki dua posisi sekaligus yang meliputi :

- a. Pembeli langsung yang mana ketika menjadi member atau anggota, member ini membeli produk langsung ke perusahaan maupun mitra.
- b. Makelar, karena dalam multi level marketing pembeli yang telah bergabung menjadi mitra menjadi penghubung melalui perekrutan yang telah dilakukan sehingga orang lain menjadi member dan membeli produk perusahaan tersebut.

## **F. Sistematika Penulisan**

Adanya sistematika penulisan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan bagi pembaca dan untuk mendapatkan kesimpulan yang benar. Di dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab.

BAB I Pendahuluan: pada bagian ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan pustaka : pada bagian ini berisikan penelitian terdahulu, kajian teori. Adapaun penelitian terdahulu mengandung informasi yang berhubungan dengan penelitian apa saja yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, baik dalam bentuk buku, artikel, skripsi, tesis, maupun disertasi. Untuk mengkaji dan menganalisa masalah yang berkaitan dengan penelitian, kemudian konsep serta teori yang digunakan sebagai dasar teori untuk mengkaji dan menganalisa masalah terdapat dalam kerangka teori multi level marketing atau direct selling yang sesuai dengan syariah atau hukum Islam, seperti DSN-MUI Nomor 75 tahun 2009 yang membahas mengenai penjualan langsung berjenjang syariah.

BAB III Metode Penelitian: pada bagian ini membahas mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode agar peneliti mendapatkan hasil penelitian yang kemudian akan dilakukan analisa terhadap data-data yang telah peneliti dapatkan melalui observasi dan dalam data-data tersebut terdapat aspek pemahaman dan pengetahuan yang berkaitan dengan multi level marketing yang sudah tersertifikasi syariah.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: dibagian ini berisi tentang penjelasan dan hasil penelitian mengenai analisis sistem praktik mlm syariah yang ditinjau dari hukum Islam studi kasus PT Tiens Syariah yang kemudian menjawab rumusan masalah yang telah dirancang dan dibuat oleh peneliti dan peneliti menganalisa data-data yang didapat baik data primer maupun data sekunder.

BAB V Penutup : pada bagian ini berisikan kesimpulan dari rumusan masalah yang ada dan paparan beberapa saran dari peneliti.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian pertama adalah penelitian Siti Zulaikah yang merupakan mahasiswa dari IAIN Ponorogo dengan judul skripsi Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis MLM (Multi Level Marketing) PT. Ivoritz Bangun Indonesia Ponorogo.<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis hukum Islam terhadap transaksi dalam praktik bisnis Mlm PT. Ivoritz Bangun Indonesia Ponorogo karena adanya indikasi ketidakjelasan dalam transaksi penjualan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif yang merupakan penelitian dengan mengamati manusia di dalam lingkungannya, berinteraksi dan memahami bahasa tafsir atau terjemahan dalam dunia sekitarnya. Metode penelitian yang digunakan adalah dokumenter yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan menganalisa fakta dan data yang disusun dalam beberapa dokumen sehingga dapat memberikan informasi yang di inginkan. Penelitian ini menggunakan *field research* untuk melakukan pengamatan secara langsung. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi serta Analisis data yang dilakukan dalam penelitian menggunakan analisis induktif, yaitu metode berfikir yang berangkat dalam fakta-fakta pengamatan menuju pada teori. Hasil dari penelitian

---

<sup>14</sup> Siti Zulaikah, “Analisis Hukum Islam Terhadap Transaksi Dalam Praktik Bisnis Mlm PT. Ivoritz Bangun Indonesia Ponorogo” (undergraduate thesis, Institut Agama Islam negeri Ponorogo, 2018), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/5117/1/SKRIPSI%20ZULAIKAH.pdf>

ini Mlm PT. Ivoritz Bangun Indonesia Ponorogo dalam praktisnya terdapat unsur-unsur penipuan yang mana mengharuskan pembeli untuk membeli produk agar dapat menjadi anggota dan mendapatkan produknya, namun produk tersebut tidak di dapatkan. Tidak adanya iktikad baik menyebabkan jual beli tersebut batal dan adanya unsur gharar sehingga tidak memenuhi syarat dalam jual beli.

2. Penelitian Kedua adalah penelitan Muhammad Denny Ruliansyah yang merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul skripsi Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar).<sup>15</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan Multi Level Marketing syariah pada toko shad network cabang Aceh besar serta untuk mengetahui efek penjualan produk multi level marketing syariah dalam meningkatkan kesejahteraan anggota. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tersebut adalah penelitian kualitatif dan metode penelitian adalah dengan dokumenter. Kemudian teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan narasumber yang terkait dengan penelitian tersebut, observasi atau pengumpulan data dengan mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap objek yang diselidiki dalam jangka waktu tertentu, dan melalui kuisioner. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan sistem kebijakan yang diatur oleh Shad network sederhana dan mudah serta berlandaskan aturan DSN-MUI dan di

---

<sup>15</sup> Muhammad Deny Ruliansyah, “Analisis Penerapan Sistem Syariah Dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)” (Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15778/>

awasi (DPS) Dewan Pengawas Syariah yang melakukan pengamatan fenomena yang terjadi di masyarakat, yang kemudian dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian dikelola dengan tahapan organizing, editing, dan analyzing. Kemudian diolah dengan teknik pola deskriptif induktif. Marketing PT. Global Internasional diawali dengan mendaftar sebagai anggota/member yang kemudian diikuti dengan pembelian produk dan merekrut anggota baru guna memperluas dan memperbanyak jaringan kerja untuk mendapatkan reward dan bonus. Dari hal tersebut maka didasarkan putusan MUI Nomor 75/MUI/VII/2009 yang mana sistem tersebut menyerupai skema piramida yang juga dilarang dalam pasal 9 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014.

3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Fusthathul Nur Sasongko yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel dengan judul skripsi Sistem Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Pada PT. Moment Global Internasional.<sup>16</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana operasional system tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang No. 7 tahun 2014 pada PT. Moment Global Internasional serta tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang No. 7 tahun 2014 terhadap aplikasi system multi level marketing di PT Moment Global Internasional. Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan

---

<sup>16</sup> Fusthathul Nur Sasongko, "Sistem Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Pada Pt. Moment Global Internasional" (undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019) <http://digilib.uinsby.ac.id/30552/>

dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif induktif dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dilapangan. Hasil dari penelitian ini adalah dalam prakteknya system multi level marketing pada PT. Moment Global Internasional dimulai dari pendaftaran member disertai pembelian produk kemudian member melakukan perekrutan untuk memperbanyak jaringan kerja, dan mendapatkan keuntungan, bonus dan reward. Kedua, analisis praktek jual beli yang digunakan pada PT. Moment Global Internasional sudah sesuai dengan rukun dan syarat sah jual beli menurut hukum Islam dan Hukum Positif. Kemudian praktek Multi Level Marketing yang digunakan terdapat sistem yang menimbulkan ighra' pada fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009, dan system keuntungan dan bonusnya yang mirip skema piramida yang bertentang dengan pasal 9 Undang-undang No 7 Tahun 2014.

Tabel 1: Perbedaan dan Persamaan penelitian terdahulu.

No	Nama dan Judul Skripsi	Isi Pembelaan	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Zulaikah Analisis Hukum Islam Terhadap Praktis Bisnis MLM (Multi Level Marketing) PT. Ivoritz	Mlm PT. Ivoritz Bangun Indonesia Ponorogo dalam praktisnya terdapat unsur-unsur penipuan yang mana mengharuskan pembeli untuk	Terletak pada objek nya yakni terkait dengan sistem praktis mlm	Terletak pada lokasi penelitian dan instansi penelitian

	Bangun Indonesia Ponorogo	membeli produk agar dapat menjadi anggota dan mendapatkan produknya, namun produk tersebut tidak di dapatkan. Tidak adanya iktikad baik menyebabkan jual beli tersebut batal dan adanya unsur gharar sehingga tidak memenuhi syarat dalam jual beli		
2	Muhammad Denny Ruliansyah Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah Dalam Peningkatan	Penerapan sistem kebijakan yang diatur oleh Shad network sederhana dan mudah serta berlandaskan aturan DSN-MUI dan di awasi (DPS) Dewan Pengawas Syariah sehingga dapat berlaku adil	Terletak pada objek nya yakni terkait dengan mlm	Terletak pada pembahasan yang mana dalam penelitian ini terfokus dalam pengaruh mlm dalam peningkatan kesejahteraan anggota

	Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)	terhadap mitra dalam pemberian intensif bulanan. Selain itu pendapatan mitra shad network terkait pendapatan, dapat mencukupi kebutuhan keluarga dan membantu dalam mengatasi masalah keuangan dalam keluarga.		
3	Fusthathul Nur Sasongko Sistem Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Pada PT. Moment	Pada praktiknya sistem Multi Level Marketing PT. Global Internasional diawali dengan mendaftar sebagai anggota/member yang kemudian diikuti dengan pembelian produk dan merekrut anggota baru guna	Terletak pada objek nya yakni terkait dengan mlm	Terletak pada lokasi dan Instansi penelitian

	Global Internasional	memperluas dan memperbanyak jaringan kerja untuk mendapatkan reward dan bonus. Dari hal tersebut maka didasarkan putusan MUI Nomor 75/MUI/VII/2009 yang mana sistem tersebut menyerupai skema piramida yang juga dilarang dalam pasal 9 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014.		
--	-------------------------	---	--	--

## B. Kajian Teori

Jual beli atau dalam bahasa arab dikenal dengan *al-bai'* adalah bentuk akad yang diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah dan ijma. Yang jika dilihat dari segi hukumnya, transaksi ini mubah kecuali ada

hukum syara' yang melarang.<sup>17</sup> Menurut terminologi jual beli memiliki arti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan hal yang lain. Yang mana unsur jual beli terbagi dalam tiga yang meliputi para pihak, objek dan kesepakatan hal ini didasarkan pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

Beradaptasi dan dapat diterapkan di berbagai tempat dalam macam-macam keadaan merupakan salah satu ruh dari syariat islam yakni *Al-islam shalih li kulli zaman wa makan*. Hal ini dikarenakan cakupan dari syariat islam itu sendiri mencakup kehidupan manusia baik dalam bidang hubungan antar manusia maupun dalam bidang amal perbuatan. Perkembangan tersebut juga turut di ikuti oleh perkembangan dalam bidang ekonomi. Dalam sumber fiqih disebutkan bahwa ada macam-macam akad yang telah ditetapkan oleh syariat yang berpijak pada landasan yang dibangun oleh tradisi fiqih. hukum asal dari muamalah itu sendiri adalah diperbolehkan.

Suatu kegiatan muamalah umumnya diawali akad yang merupakan kata yang berasal dari bahasa Arab yakni *'aqd* dan memiliki arti ikatan, janji, kesepakatan. Kemudian terdapat pula multi akad atau *hybrid contract* dalam kamus besar bahasa indonesia, diartikan multi sebagai lebih dari satu, lebih dari dua, banyak dan berlipat ganda. Dan akad sendiri memiliki arti janji, perjanjian dan kontrak. Jadi pengertian multi akad merupakan bentuk transaksi yang mana di dalamnya terdapat lebih dari satu jenis multi akad, baik secara timbal balik (*mutaqabil*) maupun hanya sekedar penggabungan dari beberapa akad dalam satu transaksi (*mujtami'*).<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2019), 176-177.

<sup>18</sup> Rachmat Syafe'i, "Transaksi Multi Akad dalam Perspektif Fikih." (2018). [https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi\\_Akad\\_dalam\\_Perspektif\\_Fikih.docx](https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi_Akad_dalam_Perspektif_Fikih.docx)

Menurut Nazih Hammad multi akad adalah dua pihak bersepakat untuk melaksanakan akad yang dua akad atau lebih seperti jual beli dengan sewa menyewa, hibah, *wakalah*, *qardh*, *muzara'ah*, *sharaf*, *syirkah*, *mudharabah* dsb. Sehingga semua akibat hukum akad-akad yang terhimpun tersebut, serta semua hak dan kewajiban yang ditimbulkannya dipandang sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan sebagaimana akibat hukum dari akad yang satu.<sup>19</sup>

Jadi dalam multi akad terdapat batasan yang dapat di ambil dari pengertian tersebut yang meliputi:

1. Multi akad dapat terjadi antara dua pihak atau lebih
2. Terdapat dua jenis akad atau lebih dalam transaksinya
3. Akad yang berbeda dan beragam saling terkait dan menjadi kesatuan akad, hingga seluruh akibat dari berbagai akad tersebut menjadi akibat dari akad tersebut
4. Jenis transaksi multi akad diklasifikasikan menjadi dua macam yakni berkumpulnya sejumlah akad dalam satu transaksi (*mujtama'ah*) dan akad yang mensyaratkan terjadi adanya akad lain (*mutaqabalah*)

Multi akad dalam transaksi terjadinya dibagi menjadi dua yakni meliputi terjadi secara alamiah (*thabi'i*) ataupun karena adanya modifikasi akad (*ta'dili*).<sup>20</sup> Transaksi multi akad yang terjadi secara alamiah terjadi akad pokok (*al-'aqd al-ashli*) dan akad yang mengikutinya (*al-'aqd al-tabi'i*), seperti *qard* yang kemudian di ikuti dengan akad *rahn* dalam transaksi pinjam meminjam di Bank atau Pegadaian, atau akad *qard* yang di ikuti dengan akad *hawalah* yang terjadi dalam transaksi menggunakan kartu

---

<sup>19</sup> Abdullah bin Muhammad Al-Imrani, *Al-'uqud al-maliyyah al-murakkabah* (Riyadh: Dar Kunuz Isybiliya, 2010), 46.

<sup>20</sup> Burhanuddin Susanto, "Tingkat Penggunaan Multi Akad dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)", *Al-ahkam*, No. 1, (2016): 209-211  
<http://dx.doi.org/10.19105/al-ihkam.v1i1.862>

kredit, atau akad *qard* yang diikuti oleh *wakalah bil ujah* seperti yang terjadi dalam transaksi go-food.

Transaksi multi akad ini mengalami perubahan atau modifikasi dengan jenis-jenis akad yang sifatnya mandiri tanpa bertumpu pada akad lainnya. Memudahkan penerapan akad pada produk keuangan syariah merupakan salah satu tujuan dari adanya modifikasi tersebut sehingga pada penerapan transaksi dapat tanpa harus bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Serta merupakan bentuk dari ijtihad supaya transaksi modern mendapatkan posisinya dalam ranah fikih sekaligus agar akad-akad yang terdapat dalam fiqih dapat diterapkan dalam transaksi modern. Perubahan atau modifikasi suatu akad haruslah didasarkan pada keabsahan dari tiap akad yang juga memperhatikan batasan-batasan seperti yang dijelaskan dalam syariat.<sup>21</sup>

Oleh sebab itu suatu akad dapat bergabung menjadi satu akad dan juga bisa tidak bergabung menjadi satu tetapi tetap dapat berdiri sendiri dengan adanya syarat yang tampak setelah akad pertama. Melalui hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dua jenis transaksi multi akad yakni multi akad yang tergabung atau *al-'uqud al-mujtami'ah* dan *al-'uqud al-mutaqabilah* atau jenis multi akad yang bersyarat/bergantung. Multi akad tergabung merupakan transaksi dari gabungan akad-akad yang berbeda yang kemudian menjadi satu, dengan implikasi suatu hukum yang sama atau berbeda beberapa akad dapat terjadi pada satu atau dua objek, harga yang sama atau berbeda. dalam praktiknya transaksi multi akad yang terjadi dalam multi akad tergabung (*al-mujtami'ah*) menjadi tidak sah seperti akad yang saling berlawanan atau *al-uqud al-mutanaqidhah*, *al-mutadhadah*, *al-*

---

<sup>21</sup> Rachmat Syafe'i, "Transaksi Multi Akad dalam Perspektif Fikih." (2018) [https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi Akad dalam Perspektif Fikih.docx](https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi_Akad_dalam_Perspektif_Fikih.docx)

*mutanafiyah* dan ada beberapa kemungkinan menjadi sah seperti akad yang berbeda (*al-uqud al-mukhtalifah*) dan akad sejenis (*al-uqud al-mutajanisah*).<sup>22</sup>

Suatu transaksi multi akad sah atau tidak, tidak dapat ditentukan dengan hanya melihat dari jenisnya akad bersyarat atau akad tergabung. Dan hanya penilaian dari penerapan transaksi tersebut satu persatu apakah sesuai dengan batasan syariah atau tidak.

Hukum dari multi akad terdapat syarat di dalamnya yang mana berdasarkan beberapa hadis yang saling berlawanan tentang syarat. Beberapa hadis itu meliputi:

Hadis pertama merupakan hadis yang diriwayatkan oleh Tarmidzi, Ahmad dan Abu Dawud bahwa Rasulullah bersabda:

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا  
شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

Artinya : *“Janji perdamaian itu diperbolehkan di antara sesama muslim, kecuali perjanjian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram, sesama muslim itu konsisten dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”*

Hadis kedua merupakan hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim, bahwa Rasulullah saw pernah bersabda:

---

<sup>22</sup> Rachmat Syafe'i. "Transaksi Multi Akad dalam Perspektif Fikih."(2018) [https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi Akad dalam Perspektif Fikih.docx](https://pta-bandung.go.id/images/pdf/Multi_Akad_dalam_Perspektif_Fikih.docx)

مَا بَالُ أَنْاسٍ يَشْتَرُونَ شُرُوطًا لَيْسَتْ فِي كِتَابِ اللَّهِ مِنْ اشْتَرَطَ شَرْطًا لَيْسَ فِي كِتَابِ اللَّهِ  
فَلَيْسَ لَهُ وَإِنْ شَرَطَ مِائَةَ مَرَّةٍ شَرَطُ اللَّهِ أَحَقُّ وَأَوْثَقُ

Artinya : “Kenapa manusia membuat syarat-syarat yang tak ada di dalam Kitabullah, siapa yang membuat syarat-syarat yang tak ada di dalam Kitabullah maka syarat itu tidak berlaku baginya, meski ia menegaskannya seratus kali. Syaratnya Allah itu lebih berhak dan lebih kuat.”

Hadis ketiga merupakan hadis dari Abdullah bin Amru bin al-‘Ash yang diriwayatkan oleh Abu Dawud, Ahmad, Tirmidzi dan Nasa’I bahwa Rasulullah saw. Pernah bersabda:

لَا يَحِلُّ سَلْفٌ وَيَبْعُ وَلَا شَرْطَانِ فِي بَيْعٍ وَلَا رِبْحٌ مَا لَمْ تَضْمَنْ وَلَا يَبْعُ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

Artinya : “Tidak halal akad salaf (qardh) bersama akad bai’, dan juga dua syarat dalam satu akad bai’, dan keuntungan yang tidak kamu jamin, dan menjual apa yang tidak kamu miliki.

Kemudian dalam hadis terakhir yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim bahwa Rasulullah membeli unta darinya dengan syarat ditunggangi oleh Jabir sampai Madinah.

Dari keterangan hadis pertama dan keempat tersebut mengenai kebolehan dalam bersyarat sedangkan hadis kedua dan ke tiga mengenai tidak boleh adanya syarat. Dan dari hadis tersebut adanya hadis yang bersifat khusus dan umum. Hadis pertama merupakan hadis yang bersifat umum, mencakup mengenai syarat yang dapat dilakukan, dengan syarat yang tidak mengganggu mengenai konsep dari halal dan haram. Sedangkan hadis ke

empat ini memiliki sifat khusus yang mana membahas mengenai terjadinya akad jual beli pada masa Rasulullah.

Hadis kedua merupakan hadis yang memiliki sifat umum yang menerangkan mengenai batilnya syarat apapun yang tidak terdapat dalam Kitabullah secara syarat di dalam ataupun diluar akad. Sedangkan dalam hadis ketiga sendiri menjelaskan mengenai larangan adanya dua syarat dalam akad jual beli bersyarat.

Pernyataan Ibnu Rusyd ada empat perbedaan pendapat mengenai akad *bai'* yang terkumpul dengan satu syarat yang meliputi :

1. Akadnya fasid dan syaratnya boleh
2. Akad dan syarat yang boleh
3. Akad boleh dengan syarat batal
4. Akad boleh dengan memiliki satu syarat dan fasid jika terdapat dua syarat

Dalam hadis nomor 3 atau hadis Barirah, al-Nawawi memaparkan mengenai syarat yang terdapat dalam akad *bai'* meliputi beberapa jenis yakni :

1. Syarat yang mendukung terjadinya akad, seperti syarat untuk mengembalikan barang jika terdapat syarat untuk segera menyerahkan barang kepada pembeli jika terdapat cacat.
2. Syarat yang mengandung maslahat yang mana dibutuhkan, contohnya syarat khiyar, dhaman, dan syarat untuk memberikan uang dengan segera.

3. Syarat yang memerdekakan budak setelah akad jual beli atau akad *bai'*, ini diperbolehkan oleh sebagian besar ulama berdasarkan hadis Barirah tersebut.
4. Syarat yang terakhir adalah selain tiga syarat di atas maka tidak diperbolehkan karena akan merusak akad. Sedangkan dalam pandangan Imam Ahmad hal tersebut tidak akan merusak akad kecuali terdapat dua syarat.<sup>23</sup>

Dalam hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui pemaparan al-Nawawi diketahui bahwa para ulama tidak mengambil keumuman dari hadis Barirah tersebut yang menyatakan pengharaman terhadap seluruh jenis syarat yang tidak ada dalam Kitabullah. Hal ini dikarenakan bahwa ada syarat-syarat yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan yang telah disepakati.

Dan dalam hadis ini dapat diketahui pula bahwa hadis ini hanya seputar hukum jual beli atau *bai'* dengan syarat.

Dalam ilmu fikih suatu akad di bagi menjadi dua kategori yang meliputi akad *mu'awadhah* dan akad *tabaruk*. Syarat suatu akad di dalam akad bertumpu pada jenis akad awal dengan jenis akad yang akan menjadi syarat akad tersebut. Dalam dua akad ini akan menghasilkan tiga jenis akad bersyarat dan hukumnya.

1. Akad *tabaruk* dengan syarat akad *mu'awadhah* atau akad *mu'awadhah* dengan syarat akad *tabaruk*

Dalam hal ini contoh dari akad *tabaruk* dengan syarat akad *mu'awadhah* adalah transaksi akad *qardh* dengan syarat akad *bai'* atau jual beli, seperti Dimas meminjamkan uang kepada Ari dengan syarat Ari harus membeli beberapa barang dari Dimas. Menurut

---

<sup>23</sup> Yahya bin Syaraf al-Nawawi, *Shahih Muslim bi Syarh Al-Nawawi* (Kairo: al-Mathba'ah al-mashriyyah bi al-Azhar, jilid 10, 1929), 142.

ulama dalam hal ini menyepakati bahwa kasus tersebut tidaklah sah. Hal ini didasarkan pada hadis Rasulullah yang melarang adanya akad *salaf* dan akad *bai'*, hal ini dikarenakan akad *qardh* merupakan bentuk dari akad tabaruk maka akad *bai'* masuk kepada akad *qardh* yang menjadikan akad *qardh* ke akad *mu'awadhah* dan akan berubah menjadi akad *riba'*.

Hal ini berlaku juga antara akad *qard* dengan syarat akad *ijarah* dengan dasar yang sama.

Kemudian jika yang terjadi adalah bentuk akad *bai'* dengan syarat akad hibah atau tabaruk seperti Andi menjual sebuah motor kepada Jay dengan syarat ada hadiah yang harus diberikan oleh satu pihak ke pihak yang lain. Akad lainnya seperti *bai'* dan *ariyah*, *bai'* dan *qardh* menurut ulama mazhab Hanafi hal ini merupakan tidak sah karena syarat-syaratnya tidak sesuai dengan tujuan akad *bai'* yang mana adalah salah satu dari akad *mu'awadhah* dan karena ada ketidakpastian harga dan jumlah yang akan di bayarkan oleh pihak lainnya.

## 2. Akad *mu'awadhah* dengan syarat akad *mu'awadhah*

Contoh dalam praktek akad ini adalah akad *bai'* dengan syarat akad *bai'* seperti atau akad *bai'* dengan syarat akad *ijarah* yang mana transaksi ini menghasilkan pandangan yang berbeda-beda di kalangan ulama yakni :

- a. Adanya pelarangan transaksi tersebut. Hal ini dikemukakan oleh ulama Hanafi, Syafi'i, Hanbali dan juga Ibnu Hazm. Mereka berpendapat dengan dalil yang mana membahas hadis tentang larangan melakukan dua jual beli dalam satu akad jual beli dengan menyatakan bahwa terdapat syarat *mu'awadhah* dalam akad-akad

*mu'awadhah* telah masuk ke larangan Rasulullah tentang dua akad jual beli dalam satu akad *bai'*.

- b. Madzhab Maliki berpendapat bahwa syarat yang dilarang dalam akad jual beli adalah syarat *syirkah*, *ja'alah*, *qiradh*, dan *syarf*. Yang mana pendapat mereka menyatakan bahwa akad-akad tersebut tidak sesuai dan menafikan maksud dari akad jual beli tersebut. Pendapat ini adalah pendapat yang terkenal atau mahsyur.
- c. Pendapat ketiga menyatakan kebolehan dalam macam-macam akad *mu'awadhah* yang bersyarat dengan akad *mu'awadhah* lainnya. Hal ini dikarenakan bahwa kaidah asal dari muamalah itu sendiri adalah boleh dan dalam hadis disebutkan bahwa umat muslim selalu konsisten dengan syarat mereka. Hal ini di ambil dari pendapat oleh Ibnu Qayyim al-Jauziyyah, Imam Malik, dan Ibnu Taimiyah dan sebagian dari pendapat Maliki dan Hanbali.

### 3. Akad tabaruk dengan syarat akad tabaruk

Dalam akad ini contoh yang akan di ambil akad *qardh* dengan akad *qardh* seperti Dion memberikan pinjaman kepada Anton dengan syarat Anton akan meminjamkan juga kepada Dion di lain waktu. Atau dalam kasus lain dapat berupa Jeni memberikan pinjaman uang kepada Jian dengan syarat Jian memberi hadiah/memberikan pinjaman barang kepada Jeni. Menurut ulama madzhab Syafi'i pada kasus pertama memaparkan bahwa akadnya sah dan syarat yang terjadi dalam transaksi tersebut tidak berlaku. Pendapat lainnya memaparkan bahwa larangan dalam transaksi pertama dan dalam kasus kedua merupakan transaksi dari akad yang dilarang hal ini di dasarkan pada Rasulullah yang menyatakan bahwa setiap *qardh* yang memberikan manfaat kepada kreditor atau yang menghutangi maka akan masuk dalam riba.

Hukum multi akad dalam satu transaksi kaitan dengan hadis Rasulullah yang melarang adanya dua akad dalam satu transaksi, yang berbunyi :

مَطْلُ الْعَبِيِّ ظُلْمٌ وَإِذَا أَحَلَّتْ عَلَى مَلِيٍّ فَاتَّبِعْهُ وَلَا تَبِعْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

Yang artinya : “*Mengulur waktu pembayaran hutang padahal ia mampu adalah sebuah bentuk kezaliman, dan jika hutangmu dialihkan kepada orang lain maka ikutilah, dan janganlah melakukan dua jual beli dalam satu jual beli.*”

Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Tarmidzi, selain itu masih di riwayatkan oleh Imam Tarmidzi dengan sanad Abu Hurairah bahwa ia berkata :

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

Artinya : “*Rasulullah saw. melarang dua jual beli dalam satu jual beli.*”<sup>24</sup>

Hadis yang sama juga diriwayatkan oleh Abu Dawud, Imam Malik, Imam Ahmad dan Imam Nasa’i.

Kemudian terdapat hadis yang melarang dilakukannya dua akad dalam satu akad yang mana hadis ini diriwayatkan oleh Imam Ahmad dengan sanad dari Abdullah bin Mas’ud bahwa ia berkata:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ صَفْقَتَيْنِ فِي صَفْقَةٍ وَاحِدَةٍ

Artinya : “*Rasulullah saw. melarang dua akad di dalam satu akad.*”<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Abu ‘Isa Muammad bi ‘Isa al-Tarmidzi, *Sunan al-Tarmidzi*. (Kairo: Makniaz, tt), 384.

<sup>25</sup> Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad* (Beirut: Muassasah al-Risalah, jilid 6,t), 324.

Selain itu terdapat pula hadis yang melarang menyatukan dua akad *bai'* dan akad *salaf* yang diriwayatkan Imam Ahmad dengan sanad Abdullah bin Amru bin Al-Ash bahwa ia berkata :

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ وَعَنْ بَيْعٍ وَسَلْفٍ وَعَنْ رَيْحٍ مَا لَمْ يُضْمَنْ وَعَنْ  
بَيْعٍ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

Artinya : “Rasulullah saw. melarang dua jual beli dalam satu jual beli, juga melarang keuntungan dari sesuatu yang tidak terjamin, dan melarang menjual barang yang bukan milikmu.”<sup>26</sup>

Ketiga hadis tersebut menunjukkan larangan yang dirujuk dari kata *naha*, yang mana perkara tersebut memiliki hukum asal dari larangan yang berarti keharaman dari perkara yang disebutkan. Kemudian jika tidak terdapat *qarinah* yang memalingkan perkara tersebut pada hal lain, maka akan kembali ke hukum semula yakni keharaman dari perkara tersebut.

Dalam pendapat lainnya ada para ulama yang memahami tujuan dari kata “*bai' fi bai'ah*” atau “*shafqatain fi shafqatin wahidah*”.

Imam Syaukani memaparkan perbedaan pendapat terkait hadis tersebut dalam Nail al-Awthar yang meliputi :

1. Transaksi jual beli dengan dua harga yang berbeda tanpa ada harga pastinya.
2. Maknanya menurut Imam Syafi'i adalah seperti menjual mobil kepada A dengan harga 200 juta agar B menjual apartmen kepada A dengan harga sekian.

---

<sup>26</sup> Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad*, (Beirut: Muassasah al-Risalah, jilid 11), 203.

3. Makna yang ketiga adalah seperti meminjamkan uang kepada orang lain untuk membeli gandum sebanyak satu *qafiz* (sekitar 36,7 kg) dengan jangka waktu selama satu bulan, dan saat jangka waktu itu telah habis kemudian meminta kepada orang tersebut untuk menjual gandum sebanyak satu *qafiz* dengan jangka waktu selama dua bulan dengan dua *qafiz*.<sup>27</sup>

Illah pengharaman dua jual beli dalam satu jual beli dalam paparan Al-Syaukani adalah sesuai dengan penafsiran yang terdapat di atas seperti :

1. Illah pertama disebabkan harga dari objek suatu akad yang memiliki dua harga karena tidak adanya kejelasan harga.
2. Pada penafsiran selanjutnya illahnya disebabkan akadnya bertumpu dengan akad kedua.
3. Pada penafsiran terakhir illahnya pasti mengarah ke riba.<sup>28</sup>

Dalam hadis yang membahas akad *bai'* dan akad *salaf* dalam satu transaksi adalah untuk menghindari riba.

Secara tekstual hadis-hadis tersebut menyatakan larangan transaksi multi akad, jadi multi akad yang di haramkan adalah terkhusus pada beberapa multi akad saja seperti multi akad baik dan salaf. Namun secara umum multi akad tidak menunjukkan pengharaman.

Dalam hukum asal muamalah memberikan akibat diperbolehkannya macam-macam bentuk akad selama tidak ada dalil yang melarang atau mengharamkannya seperti riba, penipuan, ketidakjelasan harga, dll.

---

<sup>27</sup> Muhammad bin Ali al-Syaukani, *Nail al-Awthar min Asrar Muntaqa al-Akhbar* (Riyadh: Dar Ibn al-Qayyim, jilid. 6, 2004), 445-446.

<sup>28</sup> Muhammad bin Ali al-Syaukani, *Nail al-Awthar min Asrar Muntaqa al-Akhbar*, (Riyadh: Dar Ibn al-Qayyim, jilid. 6, 2004), 447.

### C. Multi Level Marketing

Multi level marketing secara bahasa berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari kata *multilevel* serta *marketing*. Menurut John M. Echols sendiri multilevel memiliki arti bersusun atau bertingkat-tingkat, sedangkan marketing berarti pemasaran, perdagangan atau belanja.<sup>29</sup> Marketing dalam hal ini sebenarnya mencakup menjual hingga aspek-aspek lainnya seperti produk, harga, promosi, distribusi dan lainnya dikarenakan makna dari marketing lebih luas dari menjual itu sendiri. Jadi dari pengertian secara etimologi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa multi level marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak.

Pengertian multi level marketing atau lebih dikenal dengan MLM adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasar.

Saat ini banyak perusahaan multi level marketing telah banyak muncul seperti Tupperware, Sophie Martin, Oriflame dan lain-lain. Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No 75 Tahun 2009 telah mengatur mengenai produk dan usaha multi level marketing dengan menjalankan prinsip syariah.

Lahirnya multi level marketing dilatar belakangi dengan realita konsep dari direct selling dan retail hanya memberikan manfaat finansial kepada kalangan tertentu yang jumlahnya terbatas seperti pemilik modal, pengelola

---

<sup>29</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*. ( Jakarta: Qultum Media, 2005), 10.

usaha, tenaga administrasi, karyawan, sales, dan kurir. Pihak ketiga yang memiliki kemampuan sebagai jasa perantara. Serta pihak ke empat yang melakukan periklanan, seperti stasiun tv, radio, koran, majalah, papan reklame, dan sejenisnya. Sementara di sisi lain masyarakat konsumen hanya diposisikan sebagai penerima manfaat produk saja.<sup>30</sup>

Berdasarkan sejarah multi level marketing ini sendiri diawali dengan adanya *direct selling* yang muncul pada tahun 1886 di sebuah perusahaan parfum California yang didirikan di New York. Pendiri dari perusahaan ini adalah Dave Mc Conal yang kemudian menikah dan memperkerjakan istrinya Albo untuk menjadi wanita parfum California pertama, dan pekerjaan istrinya adalah melakukan penjualan secara langsung di rumah para konsumen. Hal ini terus berjalan hingga di tahun 1934 bertempat di California perusahaan bernama Nutrilite menggunakan suatu sistem penjualan baru yang menyalurkan atau mendistribusikan dan melatih setiap individu dengan sukses dan membantu anggota barunya untuk menjual produk secara mandiri, yang kemudian distributor memberikan komisi tambahan. Dengan cara tersebut distributor terus menambah anggota baru dan menerima komisi lebih besar. Di Indonesia MLM mulai masuk di tahun 1986 ketika mulai berdirinya PT. Nusantara Sun Chlorella atau yang saat ini bernama PT. Centra Nusa Insan Cemerlang yang kemudian diikuti oleh berbagai perusahaan lainnya.<sup>31</sup>

Tujuan utama dari multi level marketing adalah untuk menjual produk baru yang belum dikenal luas oleh umum. Menggunakan relasi dari satu teman ke teman yang lainnya untuk memperkenalkan produk tersebut.

---

<sup>30</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria. "Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 2,( 2016): 107

<sup>31</sup> Id CloudHost, «Multi Level Marketing (MLM) : Sejarah, Pengertian, Konsep, Keunggulan, dan Tips & Triknya». September 13, 2021, <https://idcloudhost.com/multi-level-marketing-mlm-sejarah-pengertian-konsep-keunggulan-tips-triknya/>

Yang kemudian satu orang akan mengenalkan produk tersebut kepada kerabat, teman, dll setelah merasakan manfaatnya.<sup>32</sup>

Multi level marketing tentunya memiliki tujuan yang sama seperti metode pemasaran lainnya. Tujuan ini meliputi :

1. Meningkatkan pemasukan dengan cara meningkatkan dua unsur, yakni laba dari setiap produk dan omzet penjualan.
2. Mengurangi pengeluaran dengan meminimalisir biaya distributor. Dengan menggunakan member/anggota sebagai pemasar produk sehingga dapat memperpendek jalur konvensional dan biaya promosi dikarenakan distribusi dan promosi dilakukan oleh member dengan sistem berjenjang.

Cara kerja dari suatu sistem multi level marketing yakni dengan cara distributor mengajak orang lain untuk ikut serta menjadi member atau distributor dan begitu seterusnya. Penyaluran dan pendistribusian multi level marketing dalam mode konvensional yang sifatnya single level dengan cara member atau agen mengajak orang-orang disekitar ikut serta dengan menjadi sales. Yang kemudian para agen atau member ini mengajak ikut serta orang-orang lainnya dengan hanya memberi referensi dengan tidak terorganisir dan memiliki kedudukan yang sama dengan distributor.<sup>33</sup>

Multi level marketing memiliki unsur jasa yang dapat dilihat melalui distributor yang menjual barang produknya dan mendapatkan bayaran dari presentase harga barang. Kemudian jika dapat memenuhi target penjualan

---

<sup>32</sup> Anonim, *All About MLM*, (t.tp:t.p., t.t.) 25.

<sup>33</sup> Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 194-195.

barang yang telah ditetapkan oleh perusahaan maka akan mendapatkan bonus yang telah ditetapkan.<sup>34</sup>

Cara kerja multi level marketing dengan adanya tujuan tersebut meliputi :

1. Keikutsertaan orang lain dengan perusahaan bermula ketika menjadi member multi level marketing tersebut. Produk yang di perjualkan memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang murah dengan produk-produk yang sama yang terdapat di pasaran.
2. Kualitas produk yang baik, akan membuat member berbagi cerita dengan orang sekitarnya.
3. Dengan adanya member yang akan menjadi distributor maka akan memudahkan konsumen untuk menjangkau dan memiliki potensi penjualan yang besar.
4. Dengan potensi keuntungan penjualan yang besar maka memungkinkan mendapat minimal seperempat dari total penjualan.
5. Memberi motivasi ke distributor dengan cara memberikan komisi dan bonus.
6. Level akan berhenti di beberapa jaringan yang mana orang-orang akan membeli produk dan tidak dapat mengajak atau merekrut member baru.

Memiliki banyak jenjang, dan melakukan perekrutan member, sistem pelatihan, penjualan produk, dan adanya bonus dan komisi di tiap tingkatan. Serta tiap *downline/upline* memiliki hak untuk menjual produk,

---

<sup>34</sup> Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 195.

merekrut anggota baru dan mendapatkan bonus dari perekrutan member baru atau *downline*.

Dalam DSN-MUI No. 75 tahun 2009 yang membahas mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah diperbolehkan dengan ketentuan hukum yang meliputi :

1. Adanya obyek transaksi yang riil atau nyata yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperjual belikan bukan merupakan hal yang diharamkan atau dipergunakan untuk suatu hal yang haram
3. Transaksi tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat.
4. Tidak ada harga yang berlebihan yang merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;

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;
12. Tidak melakukan kegiatan money game.<sup>35</sup>

Multi level marketing syariah dan konvensional memiliki perbedaan yang meliputi :

No	Variabel	MLM Konvensional	MLM Syariah
1	Aspek legalitas dan akad	Legal dilandaskan pada hukum positif dan kode etik	Dilandaskan pada hukum positif, kode etik, dan prinsip-prinsip syariah.
2		-	Dewan Pengawas Syariah
3	Prinsip operasional	Bisnis Murni	Bisnis dan dakwah
4	Lembaga penyelesaian	Peradilan negeri	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia
5	Jenis usaha dan produk	Halal thoyiban	Beberapa sudah mendapat sertifikasi halal MUI

<sup>35</sup> Dewan Syariah Nasional, Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Plbs), (Fatwa DSN NO : 75/DSN-MUI/VII/2009), 6-7

6	Keuntungan usaha	Pemberdayaan lewat ZIS	-
---	------------------	------------------------	---

Untuk mengetahui multi level marketing terdapat ciri-ciri di dalamnya yang meliputi :

- a. Setiap anggota diberikan kesempatan yang sama untuk berhasil.
- b. Keuntungan dan keberhasilan distributor sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja dalam bentuk penjualan dan pembelian produk dan jasa perusahaan.
- c. Setiap anggota berhak menjadi anggota satu kali
- d. Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal dan dapat dipertanggungjawabkan karena nilainya setara dengan barang yang diperoleh.
- e. Keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya.
- f. Setiap distributor independen dilarang untuk menumpuk barang, karena yang terpenting adalah pemakaian produk yang dirasakan manfaat atau khasiatnya secara langsung oleh konsumen.
- g. Keuntungan yang dinikmati anggota multi level marketing, tidak hanya bersifat finansial tetapi juga non finansial seperti penghargaan, posisi dalam peringkat, derajat sosial, kesehatan, pengembangan karakter, dan sebagainya.
- h. Perusahaan multi level marketing membina distributornya dalam program pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan
- i. Dalam sistem multi level marketing pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting untuk disampaikan kepada konsumen

- j. Setiap sponsor atau up-line berkepentingan untuk meningkatkan kualitas distributor di jaringannya
- k. Pembagian komisi atau bonus biasanya dilakukan sebulan sekali.

#### **D. Skema Piramida**

Indonesia telah berkembang dari segala sisi yang mana dalam hal ini termasuk penjualan langsung dengan skema piramid. Sistem ini secara sekilas tampak memiliki kemiripan dengan sistem multi level marketing. Skema piramida adalah skema yang menawarkan keuntungan yang besar dengan usaha minimal. Namun karena banyak pihak yang dirugikan oleh skema ini maka banyak negara mengawasi secara ketat, sehingga banyak perusahaan yang telah menerapkan sistem inipun ditutup. Skema ini merupakan sistem ilegal yang telah menjebak downline untuk membayar sejumlah uang kepada upline

Skema piramida merupakan skema yang telah dilarang banyak negara dengan menindak tegas perusahaan dengan penangkapan pengusahanya oleh pihak berwajib. Skema ini memberikan keuntungan hanya pada orang-orang yang telah bergabung terlebih dahulu, sedangkan orang yang bergabung belakangan akan menanggung kerugian. Dari sistem piramida ini rata-rata korban tidak menyadari bahwa mereka bukanlah investor utama atau upline melainkan downline yang mana hal ini merugikan downline. Keuntungan ini didapatkan berdasarkan jumlah rekrutmen yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk suatu format piramida. Dalam menjadi distributor perseorangan dapat menjadi anggota hingga berkali-kali dalam satu waktu. Dalam sistem ini biaya pendaftaran sangatlah tinggi dan disertai dengan produk dengan harga yang tidak masuk akal, dan keuntungan tidak didapat dari menjual produk melainkan melalui perekrutan anggota, semakin banyak yang direkrut

semakin besar keuntungan yang didapat, kemudian harga jual dari produknya 10 kali lipat lebih mahal dari produk sejenis yang beredar dipasaran, kemudian dalam sistem piramida perekrutan suatu anggota dibatasi dengan maksimum 2 anggota yang kemudian dua anggota tersebut merekrut kembali dengan aturan yang sama, dalam skema ini waktu keanggotaan cenderung terbatas dalam jangka waktu yang singkat, serta memiliki sistem program yang rumit dengan titik berat pada perekrutan.<sup>36</sup>

Seiring berjalannya waktu sistem ini mengalami modifikasi guna memanipulasi orang dengan menjadikan produknya sebagai kamufase atau topeng semata. Biaya awal untuk menjadi mitra usaha dalam sistem ini mengambil keuntungan yang besar dari merekrut anggota baru dengan menyamakan biaya tersebut menjadi paket pelayanan komputer dan produk, dan biaya paket pelatihan. Yang mana hal ini sebenarnya bukan hal yang penting akan tetapi terdapat tekanan terhadap anggota untuk menggunakan peluang tersebut secara maksimal. Kemudian dalam pembelian produk dalam sistem piramida ini terdapat paksaan atau tekanan untuk membeli produk, jika keluar dari sistem ini atau mengundurkan diri dan telah membeli banyak paket maka tidak akan ada pembelian kembali produk tersebut oleh perusahaan.

---

<sup>36</sup> APLI, «Skema Piramida», <https://www.apli.or.id/pages/skema-piramida>

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian dengan jenis penelitian lapangan atau *field research*. Yang mana penelitian ini berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Yakni analisis hukum Islam dalam sistem praktis sistem multi level marketing syariah PT Tiensi. Adapun sifat dalam penelitian ini adalah bersifat metode kualitatif deskriptif.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hal-hal yang menjadi prinsip-prinsip umum guna mawadahi perwujudan gejala yang terdapat didalam kehidupan manusia, ataupun pola yang telah dianalisa melalui gejala sosial budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai pola-pola yang berlaku, maka hal tersebutlah yang kemudain menjadi pusat perhatian.<sup>37</sup> Hasil dari pengumpulan data yang terkait pengimplementasian sistem praktis multi level marketing syariah PT. Tiensi ini akan dikaji lebih lanjut dengan analisis kualitatif yang menggunakan teori implementasi meta teori yang mana teori utama yang digunakan berasal dari Al-Qur'an, al-hadits, dan ijma' guna menjadi landasan justifikasi untuk menjelaskan konsep yang dibangun dalam suatu penelitian serta pendapat ulama.

---

<sup>37</sup> Ashshofa Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 221

### **C. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan distokis Tiensi kabupaten Buleleng, Provinsi Bali 81155.

### **D. Jenis Dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data dalam penelitian empiris ini ada dua yakni meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang didapat langsung
2. Data sekunder yang penulis peroleh dalam penelitian ini adalah bersumber dari buku-buku, jurnal, dan literatur lainnya yang terkait dengan pembahasan teori.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data ini menjelaskan mengenai urutan kerja, terkait alat apa saja yang digunakan dan cara untuk mengumpulkan data yang meliputi data primer dan sekunder yang kemudian disesuaikan dengan pendekatan penelitian empiris dengan pendekatan kualitatif adalah wawancara dan dokumentasi.

#### **1. Wawancara**

Penelitian yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data dilakukan dengan wawancara secara langsung. Yang mana hal ini dimaksudkan untuk menggali informasi yang diharapkan, dan bertujuan untuk mendapatkan data tentang responden.<sup>38</sup> Adapun wawancara yang dilakukan peneliti pada Stokis Tiensi Kabupaten

---

<sup>38</sup> Lukman Nul Hakim. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit". *Aspirasi*, No 2, (2013): 167.

Buleleng dilakukan dengan wawancara terstruktur dengan menyiapkan daftar pertanyaan terlebih dahulu untuk ditanyakan kepada anggota atau member tiensi Kabupaten Buleleng. Wawancara tersebut dilakukan secara langsung kepada 2 orang member Tiensi Kabupaten Buleleng.

## 2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data kualitatif ini dilakukan melalui cara melihat dan menganalisis dokumen. Yang mana hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui salah satu media tertulis dan dokumentasi lainnya yang di tulis atau dibuat langsung oleh yang bersangkutan.

## **F. Metode Pengolahan Data**

Metode pengolahan data dalam hal ini menjelaskan mengenai prosedur pengolahan dan juga menganalisis data sesuai dengan pendekatan. Adapun metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan “menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Dengan melalui langkah-langkah pengolahan data yang meliputi : pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analyzing*), dan pembuatan kesimpulan (*concluding*)”.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Badruddin, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, (Malang: Penerbit Fakultas Syariah Uin Maliki Malang, 2019): 26.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. PROFIL PERUSAHAAN**

##### **1. Perusahaan**

Tiensi atau tianshi merupakan suatu perusahaan yang berdiri tahun 1995 oleh Li Jin Yuan dengan sistem multi level marketing bertempat di Tianjin, Cina. Berlanjut di tahun 1997 perusahaan Tiensi mulai memperluas cakupan bisnisnya di dunia internasional yang kemudian menjadi salah satu grup multinasional dengan berbagai macam bisnis di dalamnya seperti manajemen kesehatan, modal industri, modal keuangan, modal komersial, investasi, pendidikan dan penelitian, *e-commerce*, hotel dan tourism, bioteknologi dengan jangkauan usaha di 190 negara seperti Indonesia, Amerika, Brasil, Kanada, Argentina, Prancis, Jerman, Filipina, India, Kenya, Nigeria, Vietnam, Pakistan, Srilanka dll.<sup>40</sup> Kemudian tiens pula telah memiliki cabang di 110 negara serta mempunyai hubungan aliansi strategis dengan berbagai perusahaan kelas dunia.

Tiensi juga merupakan perusahaan yang berkembang dari suatu perusahaan kecil yang kemudian berkembang menjadi perusahaan dengan skala internasional dalam jangka waktu 20 tahun. Dari suatu perusahaan yang tidak dikenal menjadi bagian dari 10 besar perusahaan industri penjualan langsung. Selain itu perusahaan ini juga meraih penghargaan dengan basis multi level marketing serta riset dengan dasar makanan

---

<sup>40</sup> Anonim, Profil Pengusaha Tiens Group Tiens Syariah, (t.tp.: t.p, t.t.), 2

suplemen di tingkatan nasional yang didapat dari badan riset Republik Rakyat Cina, dan juga berhasil memasarkan saham dalam pasar saham Amerika Serikat.

Di tahun 2000 Tiensi masuk ke Indonesia dan menjadi negara dengan urutan ke 89, kemudian dengan masuknya tiensi ke Indonesia maka dibangunlah kantor cabang di berbagai kota seperti Papua, Jakarta, Palembang, Semarang, Bandung, Makassar, Surabaya dan Medan yang mana untuk mensupport perkembangan strategi bisnis dari tiensi itu sendiri. Pada tahun 2013 Tiensi kemudian membuat gerakan baru dengan pengecekan sistem dan produk yang mendapatkan sertifikat syariah oleh Majelis Ulama Indonesia.<sup>41</sup>

Tiensi di dalamnya menggunakan istilah stokis atau member yang mewakili perusahaan di suatu wilayah yang diberikan pemahaman serta memahami cara kerja atau sistem agar dapat memberikan pelayanan kepada calon konsumen atau member.<sup>42</sup>

Indonesia memiliki asosiasi penjualan langsung yang mana lembaga ini dibuat untuk mengawasi dan merupakan badan legislasi untuk perusahaan-perusahaan multi level marketing yang akan atau yang beroperasi di Indonesia. Sehingga jika terdapat perusahaan mlm yang ingin membuka jaringan di Indonesia maka mendaftarkan diri terlebih dahulu ke Depperindag dan APLI. APLI memiliki fungsi untuk mengeluarkan surat izin usaha penjualan langsung atau SIUPL yang merupakan salah satu syarat wajib yang harus dimiliki oleh perusahaan multi level marketing. Jika suatu perusahaan multi level marketing tidak memiliki surat ijin usaha penjualan langsung maka dapat dikatakan bahwa perusahaan multi level marketing tersebut ilegal.

---

<sup>41</sup> Iqbal, wawancara ( Pengulon,20 Oktober 2021)

<sup>42</sup> Ovi, wawancara ( Patas 22 Oktober 2021)

PT. Singa Langit Jaya atau perusahaan tiensi memiliki nomor keanggotaan 0057/07/01 yang terdaftar dalam asosiasi penjualan langsung Indonesia (APLI).<sup>43</sup>

## **2. Nilai Dasar Perusahaan**

Tiensi merupakan perusahaan yang memiliki inti “Menyehatkan Umat, Mengabdikan Masyarakat”. Serta memiliki filosofi umum kesehatan, kekayaan, kedamaian dan perkembangan yang berlaku bagi orang-orang didalam tiens grup. Dengan memperhatikan kehidupan dan kejujuran yang merupakan kepercayaan tinggi untuk perkembangan tiensi.<sup>44</sup>

Perusahaan Tiensi memiliki visi untuk berada dideretan dalam penjualan langsung dunia dan dengan misinya yang menyediakan bagi para konsumen dunia produk yang berkualitas dan kesempatan dalam membangun masyarakat internasional yang harmonis.

Kesuksesan tersebut tentunya tidak dapat diraih jika tidak diterapkannya tiga konotasi perusahaan yang meliputi mendorong perkembangan ekonomi, meningkatkan keharmonisan sosial serta meningkat kualitas individu.

Tiensi memiliki lambang busur dinamis yang menggambarkan struktur yang interaktif dengan kemungkinan yang tak terbatas, hal ini juga melambangkan mengenai energi yang tidak akan pernah menurun atau surut. Tiens sendiri merupakan kata yang berasal dari bahasa Cina yakni Tianshi yang memiliki makna kesehatan dan kesejahteraan, dan karena di Indonesia sendiri tiensi ini telah mendapatkan sertifikat syariah dari MUI maka kemudian ditambahkan dengan nama syariah. Dalam logo tersebut pula terdapat pola 3 daun yang terlihat seperti membuka dunia

---

<sup>43</sup> Info APLI, artikel di akses pada 5 Oktober 2021 di <http://apli.or.id>

<sup>44</sup> Wawancara Ovi (Patas 22 Oktober 2021)

hal ini mencerminkan strategi dalam pengembangan Tiens yakni internasionalisasi, kemudian dari tiga daun tersebut dua daun yang berwarna hijau yang memiliki arti bernafas secara alami dari Bumi hijau dan salah satu daunnya berwarna kuning yang mana hal ini melambangkan kekayaan dan sinar mentari Berikut merupakan lambang dari Tiens Syariah.



Gambar 4.1 Logo Tiens Syariah

### **3. Produk Perusahaan**

Tiens memiliki sebuah komitmen untuk memberikan produk dan pelayanan yang baik, kredibilitas, memenuhi macam-macam kebutuhan konsumen, dan menyatu dengan esensi alam bagi konsumen dengan usia yang berbeda-beda.

Perusahaan ini berangkat dengan memasarkan produk-produk yang menggunakan resep tradisional Tiongkok yang telah dikenal 5000 tahun lalu, resep ini kemudian dipadukan dengan teknologi terkini dan termutakhir. Peralatan kesehatan yang diproduksi pun menggunakan keseimbangan sebagai konsepnya, antara energi dan darah serta teori

akupuntur. Hal ini memiliki tujuan untuk kemudahan dan kenyamanan dalam menjaga kesehatan dengan kesibukan yang padat saat ini.<sup>45</sup>

Membeli hak paten bioteknologi modern guna membantu mengembangkan ekstraksi kalsium organik yang kemudian dipadukan perawatan kesehatan dari kebudayaan Cina.

Dengan perpaduan yang sangat rumit tersebut kemudian menghasilkan produk yang terjamin dan beberapa produknya mendapatkan sertifikasi FDA Amerika serta sertifikasi sistem mutu ISO-9002. Dalam penjualan produknya sendiri Tiensi memiliki berbagai macam produk yang meliputi dalam jenis yakni : Suplemen Kesehatan (Seri Pembersih) yang meliputi Renuves, Vitaline, Jiang Zhi Tea, Double Cellulose, Chitin Chitosan, Nonitrend, Grape Extract. Suplemen Kesehatan (Seri Penyeimbang) meliputi Spirulina, dan Glucosa min Muncord. Suplemen Kesehatan (Seri Penguat) Zinc, Calcium powder children Nutrient Calcium Powder, Shutang Calcium Powder, Diacont, Calcium chewable. Alat Kesehatan (Tiens aura energy stone, Teins health mattres, Tiens acu-life electro acupuncture, Tiens life-electro acupuncture, Fruit and vegetable cleaner, Ti bracelet crystal black, Ti bracelet glaring golden, Multifunctional head care apparatus, dan Tiens acupoints trasure multifunction apparatus). Perawatan Rumah Tangga (Dicho fruit and vegetable/dish detergent, dan Dicho multifunctional cleanser). Perawatan Pribadi (Ariz panty liner, Herbal toothpaste Ariz sanitary napkin, Spakare mint body wash, Revitalize ginger strengthening shampoo). Produk Otomotif (High performance motorcycle oil). Produk Pertanian (Fheng shou pupuk)

---

<sup>45</sup> Anonim, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman memulai Bisnis TIENS)*, (t.tp. : t.p., t.t): 6

## B. MEKANISME PENGELOLAAN

Bisnis multi level marketing tiens ini dilakukan secara rinci dengan mengajak atau mencari konsumen yang mengharuskan para konsumen ini untuk membeli produk dengan harga yang telah ditentukan yang dilakukan oleh perusahaan. Selanjutnya jika member atau anggota baru telah melakukan pembelian produk maka anggota baru tersebut mendapatkan sebuah formulir member/stokis yang kemudian member inilah yang seterusnya akan merekrut calon-calon konsumen lainnya. Jika para member atau stokis ini mendapatkan member atau anggota baru dengan jumlah yang besar maka member tersebut akan mendapatkan reward atau bonus dari perusahaan.<sup>46</sup>

Maka dari itu konsep dari multi level marketing ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Dengan konsep tersebut maka biaya distribusi lebih efisien dengan persentase mencapai 53,5%.

<sup>46</sup> Kamaruddin, Wawancara (28 Oktober 2021)

## 1. Mekanisme Perekrutan

Terdapat dua cara dalam tahapan merekrut anggota yakni dengan penjualan produk dan perekrutan anggota. Yang mana di dalamnya terdapat ketentuan-ketentuan umum yang meliputi :

- a. Setiap anggota/orang yang bergabung dalam bisnis tiens ini maka akan mendapatkan bonus melalui kegiatan jual beli, dan bonus yang lebih besar didapatkan dengan membangun suatu jaringan organisasi.
- b. Downline atau member bawah dapat membangun peluang yang sama atau lebih besar dibandingkan uplinenya.
- c. Anggota/member/mitra yang memiliki jalur bawah yang menghasilkan keuntungan yang besar jika tidak membeli produk dalam waktu tertentu maka ia tidak dapat keuntungan atau mengklaimnya.
- d. Bisnis multi level marketing ini jika orang yang bergabung menginginkan bonus yang besar maka wajib untuk memenuhi syarat dengan membeli sejumlah produk dan mensponsori orang lain supaya membentuk suatu organisasi bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan.<sup>47</sup>

Melalui perekrutan tiensi ini terdapat tahapan membangun aset dengan mengikuti 8 tahap yang telah ditentukan sebelumnya. Yang mana diawali dengan membayar pendaftaran senilai Rp. 99.000-, dan memilih paket membership maka telah mendapat keanggotaan seumur hidup serta dapat diwariskan kepada kerabat.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Ramdhoni, dan Tira Nur Fitria “Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, no 2, (2016.): 10

<sup>48</sup> Tiens Indonesia, «Membangun Aset Melalui 8 Tahap», [www.singalangitjaya.weebly.com](http://www.singalangitjaya.weebly.com)

Paket Member	BV	Harga	Diskon Produk
Bronze	1.300	Rp. 1.400.000	-
Silver	2.600	Rp. 2.800.000	5%
Gold	5.200	Rp. 6.700.000	8%
Platinum	10.400	Rp. 11.400.000	15%

Menjalankan bisnis tiensi ada 3 tahapan yang dijalani yang meliputi :

a. Tahapan awal

Tahapan awal dimulai dengan membeli dan menjual 1 jenis produk, kemudian membeli dan menjual hingga mencapai point value (PV)/BV 500.000 dengan begitu member akan memiliki potensi untuk memiliki penghasilan Rp. 500.000, selanjutnya member membeli dan menjual hingga point value mencapai 2.000.000 dengan memiliki potensi penghasilan Rp.1.000.000.

b. Tahapan pengembangan

Dalam tahapan ini terbagi menjadi 2 tahap yang meliputi :

- 1) Mencapai penjualan dengan point value mencapai 10.000.000 dan memiliki 3 orang downline, dengan begitu akan memberikan potensi penghasilan Rp. 2.000.000.
- 2) Dapat ikut serta dalam program promosi US\$ 15.000 yang berupa mobil niaga

c. Tahapan internasional

Dalam tahapan internasional member memiliki potensi pendapatan mulai dari Rp. 40.000.000 - Rp. 500.000.000 atau lebih.

Hal ini dapat dilakukan jika anggota merupakan :

- 1) Bronze Lion : seorang member yang memiliki 2 member lainnya dibawahnya, maka dengan itu member akan memiliki

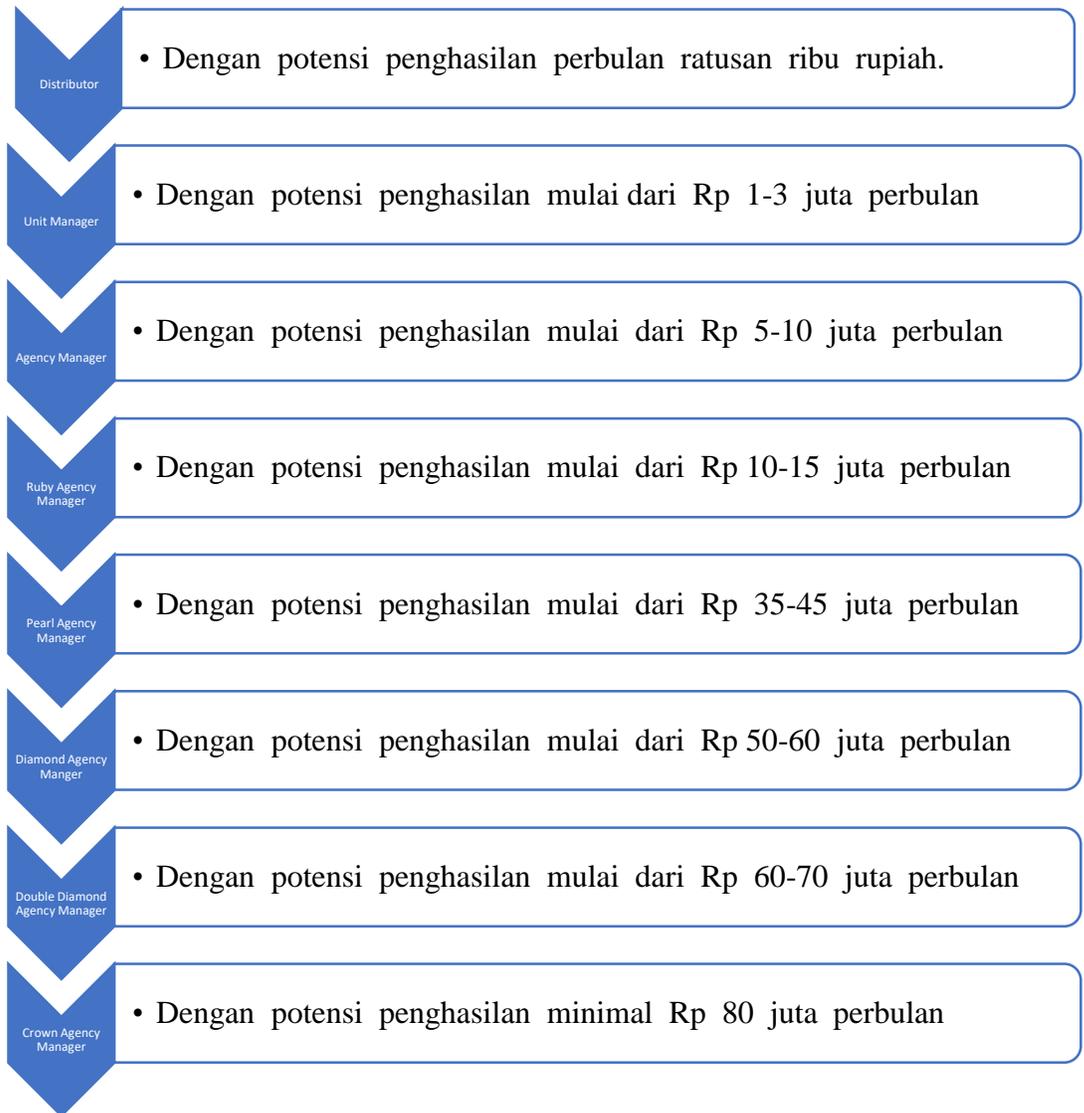
bonus atau reward US\$ 25.000 dan omset 1% dalam 3 bulan yang berasal dari 190 negara anggota.

- 2) Silver Lion : seorang member yang mempunyai 3 orang dibawahnya, maka reward yang bisa didapat mencapai US\$ 50.000 serta bonus sebesar 0,75% yang didapat 3 bulan sekali dari omset keuntungan 190 negara.
- 3) Gold Lion : seorang member yang mempunyai 4 orang member dibawahnya akan memiliki reward sebesar US\$ 100.000 serta 0,5% keuntungan setiap 3 bulan sekali dari omset 190 negara.
- 4) 1-5 Diamond Gold Lion : seorang member yang memiliki 5-10 orang dibawahnya maka akan memiliki 0,5% keuntungan dari 190 negara setiap 3 bulan sekali.
- 5) Direktur : seorang member yang memiliki 4 member gold lion dibawahnya maka akan memiliki bonus 0,25% keuntungan dari 190 dalam setiap 3 bulan sekali.
- 6) Executif Directur : seorang dengan member yang memiliki 4 member directur dari 6 orang gold lion dibawahnya maka bonus yang akan diperoleh 0,25% dari omset 190 negara setiap 3 bulan sekali, dan 0,5% bonus prestasi seumur hidup.

Hal tersebut dapat diketahui pula bahwa jenjang karir dalam sistem multi level marketing tiensi yang dimiliki sistem ini. Tingkatan atau jenjang yang terdapat bisnis ini memiliki tingkatan yang telah disesuaikan dengan prestasi yang dilakukan member mulai dari tingkatan terawal hingga berhasil meraih peringkat tertinggi. Yang mana tentunya tiap member atau distributor menginginkan grafik yang terus meningkat dalam penjualan dan perekrutan downline untuk

mendapatkan reward berupa bonus uang, kendaraan seperti motor dan mobil, dan trip ke luar negeri.

Tingkatan atau jenjang karir yang terdapat dalam tiensi ini dapat digambarkan sebagai berikut :



## 2. Mekanisme Penjualan

Perusahaan tiens memiliki suatu organisasi yang mendukung dalam penjualan produknya yang disebut dengan One Vision. Menurut narasumber One Vision merupakan suatu organisasi yang mendukung menciptakan orang-orang sukses yang bergelut dalam bisnis pemasaran jaringan dan telah teruji dan terbukti.<sup>49</sup>

Penjualan produknya sendiri dapat dilakukan dengan beberapa cara yang meliputi :

- a. Sebagai pemakai produk yang mana dengan menjadi pemakai memberikan pengalaman yang menjadikan hal tersebut sebagai cara yang ampuh untuk merekrut anggota atau member baru.
- b. *Health Clinic* merupakan salah satu bentuk dari penjualan produk karena dapat merepresentasikan informasi dan manfaat yang didapat dari produk tiensi kepada calon konsumen atau calon downline.
- c. Penjualan produk yang terakhir dapat dilakukan dengan melayani pelanggan melalui berbagai platform yang tersedia saat ini baik secara *offline* maupun *online* serta menghargai keputusan yang akan diambil oleh pelanggan.

Penjualan produk ini diawali dengan cara membuat janji temu yang mana hal ini bertujuan untuk memberikan informasi secara menyeluruh terkait bisnis tiens ini serta memberikan pendekatan yang efisien dan efektif, hal selanjutnya yang akan dilakukan adalah dengan mempresentasikan bisnis ini dan menindak lanjutinya untuk mengetahui apakah calon member atau downline tertarik untuk mengikuti bisnis ini dan menjawab tanda tanya calon downline

---

<sup>49</sup> Kamaruddin, Wawancara (Patas 28 Oktober 2021)

terkait bisnis ini yang disesuaikan dengan sistem yang terdapat dalam One Vision.

Di dalam sistem One Vision ini juga mengajarkan mengenai cara atau langkah-langkah yang akan diambil dalam mempromosikan bisnis ini baik secara langsung atau offline maupun melalui media sosial atau online. Hal ini dilakukan karena tidak semua orang memiliki kemampuan *public speaking* yang baik untuk menawarkan produk atau bisnisnya.

Cara bertransaksi dalam bisnis tiens ini umumnya dapat dilakukan dengan mengirim produk yang diinginkan konsumen secara langsung dan konsumen mentransfer uangnya secara langsung maupun tidak langsung (COD). Cara yang kedua dilakukan dengan cara menjadi reseller sehingga tidak perlu mendaftar untuk menjadi member. Dengan cara ini reseller berpotensi mendapatkan persentase keuntungan mulai 30% hingga 50% dari harga normal.

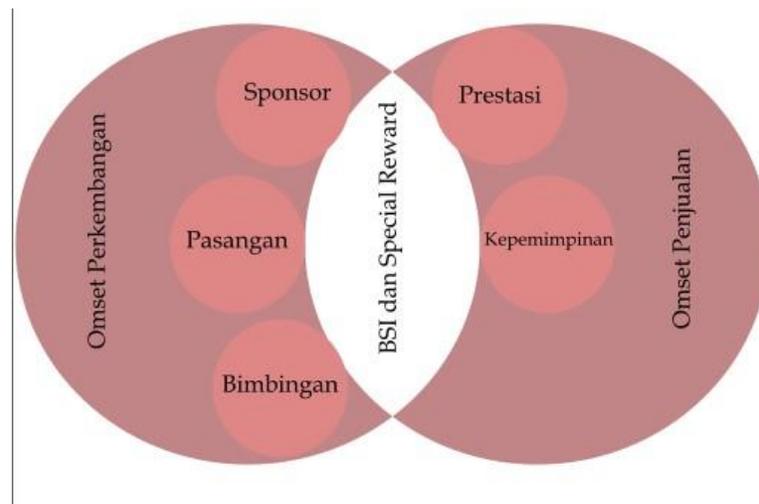
Perusahaan tiensi ini juga memiliki sebuah website yang berguna untuk mengetahui grafik penjualan produk melalui Tiens Mobile Information System. Sehingga dengan adanya website ini harga dari tiap produknya sudah jelas antara harga konsumen dan member. Dengan adanya TMIS ini distributor atau member akan mendapatkan informasi yang memiliki sifat *realtime* yang dibutuhkan dalam mempermudah pengaksesan informasi terbaru guna mengembangkan bisnis dan mengawasi jaringannya dibulan berjalan.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Tiens Syariah, Distributor Handbook Tiens (Pedoman Memulai Bisnis TIENS). 15.

### 3. Mekanisme Bonus

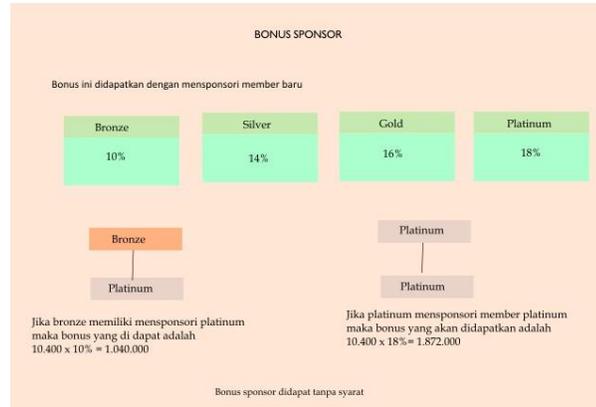
Tiens syariah memiliki beberapa jenis bonus dan reward didalamnya yang mana dibagi dalam kategori yakni keuntungan dari omset perkembangan, omset penjualan dan dari omset perkembangan dan penjualan. Bonus utama ini meliputi :



Gambar 4.2

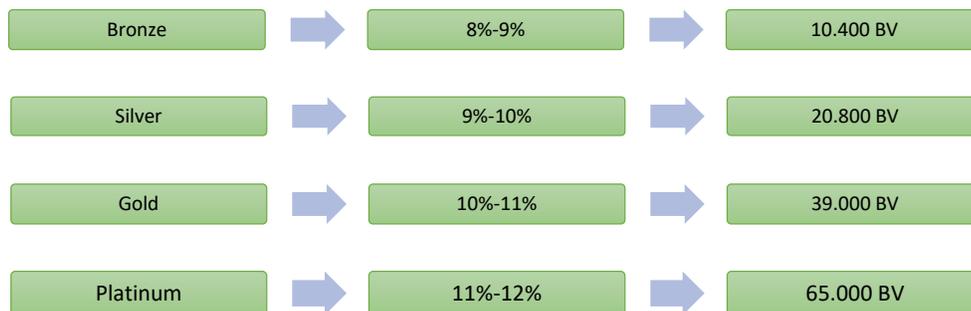
Dalam marketing plan tiens memiliki 7 jenis bonus, bonus sponsor mencapai 18%, bonus pasangan mencapai 12%, dan bonus bimbingan mencapai 12%, ketiga bonus tersebut diakumulasikan dari keuntungan atau omset perkembangan.

Bonus sponsor ini didapat jika mensponsori distributor atau agent baru. Berikut gambar yang menerangkan mengenai bonus sponsor.



Gambar 4.3

Kemudian dalam omset perkembangan terdapat bonus pasangan sebesar 12%, bonus ini hanya bisa didapatkan jika mempunyai paling sedikit 2 jalur omset perkembangan. Berikut bagannya:



Dalam bonus ini memiliki ketentuan yang berlaku yakni jika member tersebut tidak dapat bonus pasangan dengan batas waktu selama 12 minggu maka omset akan menjadi 0, dan omset perkembangan akan dimulai dari minggu pertama kembali.

Contoh dari bonus ini adalah :



Gambar 4.4

Kemudian bagian dari bonus bimbingan didapatkan jika member atau anggota tersebut jika terdapat downline yang mendapatkan bonus pasangan.

Peringkat	Bronze	Silver	Gold	Platinum
Generasi 1	-	3%	3%	3%
Generasi 2		3%	3%	3%
Generasi 3			3%	3%
Generasi 4				3%

Gambar 4.5

Bonus bimbingan ini didapatkan sebesar 3% yang mana akan mulai dihitung berdasarkan generasi-generasi (jika ada downline yang tidak mempunyai bonus pasangan maka akan dikurangi atau dikompres).

Di dalam bonus omset penjualan sendiri terdapat 3 kategori yakni meliputi pretasi, kepemimpinan, dan elit.

Peringkat dasar dalam sistem peringkat kehormatan ATNPV yang mana merupakan akumulasi dari perkembangan dan penjualan grup + anggota yang bersangkutan tanpa adanya batas waktu.



Gambar 4.6

Peringkat dasar mulai dari bintang 4 hingga bintang 8 ini hanya melihat struktur pada jaringan. Pada juli 2018 bintang 7 memiliki kewajiban untuk memiliki 2 kaki atau downline bintang 6, bintang 8 memiliki kewajiban untuk memiliki 2 kaki atau downline bintang 7 yang mana hal ini merupakan syarat ATNPV tetap.

Bonus prestasi sebesar 40,5% yang mana bonus ini didasarkan dari bonus pembelanjaan pribadi. Dalam bonus ini memiliki syarat TNPV yang mana jika leg atau downline tidak terpenuhi maka akan mendapatkan bonus dari leg yang terpenuhi.

**4. Bonus Prestasi (40,5%)**

- Bonus dari pembelanjaan pribadi (PPV).
- Bonus selisih peringkat.

Peringkat	★4	★5	★6	★7	★8	BL	SL	GL	DGL	DIR	EXDIR		
Bonus Prestasi	4. Bonus Prestasi (40, 5%) - Bonus dari pembelanjaan pribadi (PPV). - Bonus selisih										5%		
PPV		260	260	650	975	1950	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600		
GPV						13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000		
TNPV					100% bila TNPV ≥ 325.000 PV	TNPV 39.000 PV per leg ★8		2 Leg ★8 active,	3 Leg ★8, active,	4 Leg ★8 active,	≥ 5 Leg ★8 active,	4 Leg Active GL	4 Leg Active DIR

Gambar 4.7

Dalam PPV memiliki persyaratan untuk bonus omset perkembangan dan penjualan di ambil dari angka tertinggi.

Contohnya dalam bonus ini dapat digambarkan sebagai berikut :

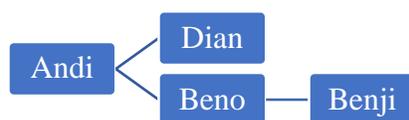


Gambar 4.8

Selanjutnya adalah bonus kepemimpinan dengan keuntungan sebesar 9%, sebelum masuk ke bonus ini anggota atau member wajib untuk memenuhi syarat berupa BL 8 dan 975 PPV. 600.

Bonus yang didapatkan jika min. 8 dan memiliki downline min 8 Silver Lion, Gold Lion, DIR dan EXDIR maka syaratnya akan sama seperti syarat dalam bonus prestasi (PPV, GPV, dan syarat TNPV kaki 8 sesuai dengan peringkat) GPV 10. 400 Gen 1 : 2% ,2% , Gen 2 : 1%, 1% , Gen 3 :1%, 1%, Gen 4 : 1%, 1%, Gen 5 : 1% , 1% , 1% : Gen 6 : 0, 5%, 0, 5% , 0, 5%, 0, 5%, 0, 5%, Gen 7, Gen 8, Gen 9, Gen 10, Gen 11 : 0, 5%.

Jika memiliki anggota maka penempatan perhitungan bonus sebagai berikut :



Jadi dalam penempatan tersebut Andi merupakan sponsor dari Benji. Serta perhitungan bonusnya akan didapatkan ketika perkembangan sponsorship. Beno akan mendapatkan bonus ini jika benji memiliki downline dibawahnya dan Beno tidak akan mendapatkan bonus dari Benji kecuali omset perkembangan Benji dihitung untuk bonus pasangan Beno.

BSI adalah bonus sharing untuk omset perkembangan dan omset penjualan. Bonus BSI atau bonus terakhir memiliki besaran sekitar 4% dan 2% untuk special reward. Kedua bonus tersebut memiliki perhitungan berdasarkan pada index kesehatan jaringan yang memiliki peringkat bronze lion, silver lion, gold lion, DIR, EXDIR BSI dengan persyaratan PPV, GPV, dan TNPV kaki 8 sesuai dengan peringkat.

**6. BSI (4%)**

Bonus Sharing Nasional untuk Omset Perkembangan.  
 Bonus Sharing Internasional untuk Omset Penjualan.  
 Perhitungan BSN & BSI berdasarkan index kesehatan jaringan.

Peringkat	BL	SL	GL	DGL	DIR	EXDIR
BSI	1%	0.75%	0.5%	0.2 %X5	0.5%	0.25%
Syarat	Syarat sama seperti syarat bonus Prestasi (PPV, GPV, dan syarat TNPV kaki *8 sesuai peringkat)					

Gambar 4.9

Special reward adalah total special reward sebesar 2% yang akan diberikan untuk setiap distributor yang dimulai dari peringkat Bronze lion yang sesuai dengan ketentuan.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> <https://slidetodoc.com/sesi-3-marketing-plan-7-bonus-utama-omset/>

Jadi dalam hal ini dalam sistem tiensi terdapat jenis point value yang dapat dikumpulkan melalui dari penjualan, perekrutan dkk. Dan 1 poin value tersebut dapat ditukarkan dengan uang namun Anggota/member/mitra yang memiliki jalur bawah yang menghasilkan keuntungan yang besar jika tidak membeli produk dalam waktu tertentu maka ia tidak dapat keuntungan atau mengklaimnya.<sup>52</sup>



Gambar 5.0

Keterangan istilah:

PPV : personal point value merupakan pembelanjaan pribadi pada bulan tersebut yang akan masuk pada omset penjualan atau pembelanjaan distokis yang kemudian dimasukkan atau dilaporkan ke id pribadi maka akan masuk pada personal point value

CPV : cumulative point value atau akumulasi PPV sejak awal mula bergabung hingga saat ini

---

<sup>52</sup> Ovi, Wawancara (Patas 22 Oktober 2021)

TNPV : Total Network Point value atau omset total antara penjualan dengan perkembangan rekan bisnis, penjualan, atau ada yang bergabung dari new member dengan bulan tersebut yang kemudian digabung menjadi satu.

ATNPV : Akumulasi total network point value sejak awal bergabung yang diambil dari keuntungan penjualan network atau grup yang kemudian ditambah dengan penjualan pribadi.

GPV : Merupakan poin gabungan dari PPV+TNPV grup diluar yang memiliki peringkat yang sama atau lebih tinggi

BV : Merupakan nilai mata uang dari setiap sistem perdagangan tiensi syariah berupa sistem penjualan berjenjang. Tugas distributor selain melakukan penjualan produk, juga distributor disarankan untuk melakukan perekrutan member baru atau stokis baru untuk perkembangan bisnis dan juga dikarenakan dalam mlm tiensi tidak memiliki jasa iklan hal ini dikarenakan pemasaran produknya dilakukan secara offline maupun online oleh distributor.

### **C. ANALISIS SISTEM PRAKTIS**

Hukum multi level marketing pada dasarnya ditentukan oleh faktor bentuk dari muamalatnya. Jika didalamnya muamalat yang digunakan merupakan muamalat yang sesuai dan tidak bertentangan dengan hukum Islam maka multi level marketing tersebut absah. Sedangkan jika muamalat tersebut berlawanan dengan hukum Islam yang ada maka hukum dari multi level tersebut adalah haram.

Dasar atau landasan dari berbisnis terdapat dalam firman Allah surat An-nisa yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

53

Suatu bisnis diperbolehkan selama dijalankan sesuai dengan syariat Islam serta adanya saling ridho. Jika salah satu dari hal tersebut tidak terpenuhi maka harta yang dihasilkan akan menjadi harta yang batil.

Bisnis yang dijalankan multi level marketing tidak hanya menjalankan penjualan produk barang tapi juga meliputi jasa yang berupa level marketing yang berjenjang-jenjang dengan imbalan berupa marketing fee, bonus, hadiah, dan lainnya yang mana hal ini didasarkan pada prestasi serta level dari seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Istilah fikih Islam hal ini disebut samsarah/simsar. Bentuk distributor, member, agen atau mitra niaga merupakan kegiatan samsarah.<sup>54</sup>

Multi level marketing dalam konteks bisnis syariah adalah hal yang baru, yang mana dalam akad ini dikenal dengan *ghairu musamma* atau akad yang belum ada sebelumnya walaupun boleh jadi akad dasarnya sudah ada.

---

<sup>53</sup> Mushaf Az-Zikru, Al-Quran dan Terjemahannya. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 83

<sup>54</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Ramdhoni, dan Tira Nur Fitria. “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 02, (2016): 111-112.

Dalam penjualan langsung berjenjang syariah terdapat ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi yang mana hal ini didasarkan pada DSN-MUI No 75 tahun 2009 yang meliputi:

1. Produk jasa atau barang yang diperjual belikan merupakan obyek transaksi riil
2. Barang atau produk dalam transaksi bukan yang diharamkan atau digunakan untuk suatu yang haram
3. Tidak terdapatnya unsur maysir, gharar, riba, dharar, dzulm, maksiat dalam transaksinya.
4. Tidak ada harga yang berlebihan
5. Komisi diberikan harus sesuai dengan prestasi kerja dalam volume atau nilai hasil penjualan barang/jasa, yang mana hal ini harus menjadi pendapatan utama.
6. Bonus yang diberikan kepada mitra usaha jelas jumlahnya

Kemudian dikarenakan multi level marketing syariah maka didalamnya akan menggunakan akad-akad yang bisa digunakan berdasarkan fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 yang membahas mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah yakni meliputi :

1. Berdasarkan fatwa No.62/DSN-MUI/XII/2007 mengenai akad *ju'alah*.
2. Berdasarkan fatwa No.16/DSN-MUI/IX/2000 tentang diskon dalam *murabahah* yang mana akad yang digunakan adalah akad *bai' murabahah*.
3. Berdasarkan fatwa No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan ijarah yang mana akad yang digunakan adalah akad *ijarah*.
4. Berdasarkan fatwa No.52/DSN-MUI/III/2006 tentang *wakalah bil ujarah* pada asuransi dan reasuransi syariah yang di gunakan adalah akad *wakalah bil ujarah*.

5. Dan akad lainnya yang memiliki prinsip yang sesuai dengan syariah dalam fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.<sup>55</sup>

### **1. Produk Tiensi**

Dalam kehidupan sehari-hari standarisasi tidak dapat dilepaskan, yang mana standar atau dasarnya prinsip-prinsip standarisasi dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam al-quran sendiri jika dilihat dari segi agama standarisasi yang mana didalamnya terdapat pengaplikasian nilai-nilai yang mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan. Standarisasi ini sendiri dalam pandangan peneliti ahli utama badan standarisasi nasional adalah bagaimana mendapat suatu referensi atau acuan, sesuatu yang bisa mengatur supaya hubungan menjadi lebih baik.

Al-Quran juga menjelaskan pemahaman tentang penciptaan alam semesta yang mana perintah bagi *ulul albab* (Al-Imran 191), selain itu dalam surah lainnya dijelaskan bahwa manusia bertindak sebagai utusan/khalifah Allah di muka bumi (al-Baqarah 30). Dalam surat lainnya Al-Quran juga banyak firman Allah yang menekankan urgensi dalam kebenaran ukuran dalam timbangan, yang mana kemudian dipertegas kembali dalam As-Syura ayat 181 yang didalamnya perintah untuk menyempurnakan timbangan, yang menjadikan dasar standarisasi dengan perintah pengukuran sangat kuat.<sup>56</sup>

Untuk membiarkan obat dan makanan beredar di Indonesia terdapat badan yang mengawasinya yakni Badan Pengawas Obat Dan Makanan yang menetapkan standar dasar, yang mana melalui proses pemeriksaan BPOM untuk memastikan

---

<sup>55</sup> Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

<sup>56</sup> Humas BSN. «Standardisasi Dalam Perspektif Agama». 2020.

<https://bsn.go.id/main/berita/detail/11469/standardisasi-dalam-perspektif-agama>

produk yang beredar aman. Dalam penetapan suatu suplemen kesehatan menurut pasal 6 cara pembuatannya harus dengan baik. Selain itu dalam penggunaan bahannya pun haruslah bahan yang diizinkan untuk dipakai dalam suplemen makanan dengan pembatasan tertentu serta khasiatnya harus didukung dengan data pembuktian. Dan hanya diproduksi oleh industri obat tradisional, farmasi, atau pangan.

Tiensi atau tianshi merupakan perusahaan yang salah satu produk berupa suplemen makanan. Suplemen makanan menurut pasal 1 ayat 1 Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.23.3644 tentang ketentuan pokok pengawasan suplemen makanan republik Indonesia adalah produk yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan zat gizi makanan, mengandung satu atau lebih bahan berupa vitamin, mineral, asam amino atau bahan lain (berasal dari tumbuhan atau bukan tumbuhan) yang mempunyai nilai gizi dan atau efek fisiologis dalam jumlah terkonsentrasi.<sup>57</sup>

Perusahaan PT. Singa Langit Jaya atau Tiensi memiliki produk yang beragam yang mana hal ini adalah bagian dari faktor penting dalam perusahaan multi level marketing. Produk inilah yang menjadi salah satu faktor bergairahnya stokis dalam memasarkan serta mutu kualitas yang baik serta adanya berbagai variasi produk. Keragaman ini terbagi menjadi beberapa produk yang meliputi produk kesehatan, produk rumah tangga, produk kecantikan, produk retail, produk agraria, dan produk pelumas otomotif. Yang mana salah satu ketentuan yang harus dipenuhi dalam ketentuan yang didasarkan pada DSN-MUI No 75 Tahun 2009 adalah produk atau barang yang diperjual belikan merupakan obyek transaksi riil serta bukan termasuk yang diharamkan atau digunakan pada suatu yang haram.

---

<sup>57</sup> Pasal 1, ayat 1. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.23.3644

Seperti yang diketahui bahwa produk atau barang yang dipasarkan stokis atau member tiensi memiliki produk yang diperjual belikan, yang mana hal ini merupakan obyek dari transaksi rill. Salah satu produk unggulan yang dimiliki tiensi adalah produk kalsiumnya yang berasal dari tulang belakang sapi Mongolia. Kalsium ini merupakan salah satu mineral yang dibutuhkan dalam tubuh manusia yang mana dapat membantu metabolisme tubuh dari mencegah anak-anak menderita rakhitis, osteoporosis pada orang dewasa serta mencegah masuknya 109 macam penyakit.<sup>58</sup> Produk kalsium ini terdaftar dalam hak cipta teknologi, dan hak milik produk negara Cina di tahun 1993, selain itu produk-produk kesehatan atau food suplement yang dihasilkan telah memiliki sertifikat ISO 9002. Serta di Indonesia sendiri produk-produk nutrisi atau food suplement tiensi telah terdaftar dan diakui departemen kesehatan, BPOM, dan ikut serta menjadi anggota asosiasi penjualan langsung Indonesia (APLI). Jadi produk atau barang dalam transaksi ini merupakan barang yang legal dan diperbolehkan pemasarannya karena telah terdaftar di BPOM serta produk atau barang yang dipasarkan oleh stokis atau member tiensi bukan barang yang diharamkan atau digunakan untuk sesuatu yang diharamkan serta telah memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga mengantongi izin dari BPOM.

Contoh produk suplemen makanan tiens yang terdaftar di BPOM meliputi :

1. Tianshi Zinc Kapsul yang didaftarkan PT Tropica Mas Pharmaceuticals
2. Tianshi Chitin Chitosan yang didaftarkan PT Ultrared Biotech Indonesia
3. Tianshi Grape Extract Capsules yang didaftarkan PT Ultrared Biotech Indonesia
4. Tianshi Chitosan yang didaftarkan PT Singa Langit Jaya
5. Tianshi Vitaline yang didaftarkan PT Singa Langit Jaya
6. Tianshi Zinc Capsules yang didaftarkan PT Singa Langit Jaya
7. Tianshi calcium chewable tablet yang didaftarkan PT Singa Langit Jaya

---

<sup>58</sup> Wawancara Kamaruddin (Patas 28 Oktober 2021).

8. Tianshi Nutrient Calcium Powder yang didaftarkan PT Ultrared Biotech Indonesia
9. Tianshi Shitang Calcium Powder yang didaftarkan PT Ultrared Biotech Indonesia
10. Tianshi Shitang Calcium Powder For Children yang didaftarkan PT Ultrared Biotech Indonesia<sup>59</sup>

## **2. Sistem dalam Pemasaran Produk.**

Bisnis multi level marketing tiensi berjalan dengan mencari konsumen untuk membeli produk yang mana harga dari produk tersebut telah ditentukan perusahaan serta mengajak konsumen untuk bergabung menjadi member. Dalam sistem pemasaran tiensi akan dibahas dalam beberapa sub bab yakni :

### **a. Multi akad**

Multi level marketing merupakan pemasaran yang mana dilakukan dengan banyak tingkatan yang terdiri dari upline dan downline. Untuk masuk dalam bisnis ini dalam perekrutan maka setiap orang harus mendaftar terlebih dahulu untuk menjadi seorang member dengan membayar biaya awal sebesar Rp. 99.000-, Setelah melakukan pendaftaran dengan sejumlah uang tersebut member baru akan dihadapkan dengan pemilihan paket membership yang terdiri dari Bronze, Silver, Gold, dan Platinum dengan membayar kembali uang seharga paket yang akan dipilih dengan penawaran keuntungan diskon produk dengan nilai yang berbeda untuk produk tertentu agar mendapatkan point yang mana kedepannya poin ini menjadi ukuran kecil atau besarnya bonus yang akan didapatkan.

Secara sederhana sistem poin dari tiensi ini dapat dihasilkan dari perhitungan poin dari transaksi pembelian langsung dan pembelian tidak langsung. Pembelian

---

<sup>59</sup> <https://cekbpom.pom.go.id/home/produk/t8eokud3qrf52foiep9fdptoe5/11>

secara langsung dapat dilakukan oleh masing-masing member, dan dari transaksi tidak langsung dilakukan oleh jaringan member. Selain poin didalam multi level marketing tiens terdapat bonus yang berupa bonus potongan harga, pembelian langsung dan dari jaringan atau komisi kepemimpinan.

Kedudukan member dalam multi level marketing tidak hanya memiliki satu peran tapi 2 peran yakni selain sebagai pembeli langsung manakala ketika membeli produk secara langsung kepada perusahaan maupun melalui distributor atau stocklist, selain itu member juga berperan sebagai makelar karena dia telah menjadi perantara untuk orang lain untuk menjadi member dan selanjutnya untuk membeli produk perusahaan yang berupa suplemen maupun produk lainnya untuk pendaftaran. Kemudian dari menjadi agen dan mendapatkan paket produk pertama agen akan mendapatkan poin dari penjualan, perekrutan anggota. Dari point value ini kemudian terdapat bonus yang diberikan tiensi kepada agen atau stokis, namun untuk mengklaim point value tersebut seorang agen harus melakukan minimal pembelian baik diperusahaan maupun melalui distributor. Dari praktik yang dilakukan tersebut maka didalamnya dapat dilihat bahwa terjadi suatu praktek multi akad.

Sistem dari multi level marketing dalam perekrutan anggota baru terjadi akad ganda atau multi akad karena dilihat dari kedudukan ganda member dengan membayar uang pendaftaran dan juga kedudukan sebagai makelar dalam perusahaan sehingga telah terjadi dua transaksi. Mendeteksi dengan cara membayar uang ataupun tidak, muamalah itu sendiri terdiri dari dua hal yakni *tabaruah* atau tolong menolong serta tijarah atau bisnis. Jika yang berlaku adalah bisnis maka dalam Islam itu sendiri mengajarkan keadilan yang mana dalam muamalah harus ada unsur saling memberi iwad antara dua belah pihak.

Dasar atau landasan dari berbisnis terdapat dalam firman Allah yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>60</sup>

Suatu bisnis diperbolehkan selama dijalankan sesuai dengan syariat Islam serta adanya saling ridho. Jika salah satu dari hal tersebut tidak terpenuhi maka harta yang dihasilkan akan menjadi harta yang batil.

Akad dalam hukum Islam dalam bahasa Indonesia dikenal dengan perjanjian. Akad ini memiliki asal kata *al-aqd* yang merupakan berasal dari kata *aqada-ya'qidu-'aqdan*. Secara syar'i makna akad ini sendiri menjadi *irtibath al-ijab bi al-qabul* (keterikatan atau pertautan ijab dengan kabul). Multi akad atau *hybrid contract* memiliki makna yang secara harfiah berarti kontrak yang dibentuk oleh kontrak yang beragam.<sup>61</sup>

Dalam transaksi penjualan langsung berjenjang syariah menurut dewan pengawas syariah akad-akad yang digunakan hanya meliputi akad *jualah* dan akad *bai'*.

- 1) Akad *ju'alah* merupakan komitmen perusahaan dalam memberi bayaran atau upah (*ja'lu*) kepada para member atau mitranya atas keberhasilan dalam mencapai prestasi tertentu yang telah ditentukan oleh perusahaan.

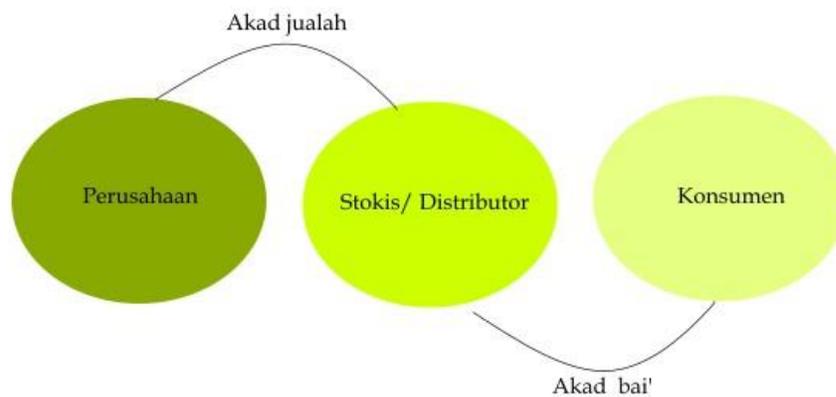
---

<sup>60</sup> Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 83

<sup>61</sup> Ali Amin Isfandar. “Analisis Fiqh Muamalah Tentang Hybrid Contract Model Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Syariah”. *Jurnal penelitian*, no.2, (2013): 213

2) Akad jual beli adalah penjualan barang atau produk perusahaan kepada mitra yang dapat dilakukan secara tunai maupun non-tunai. Dalam penjualan langsung berjenjang syariah perusahaan berada pada posisi penjual dan stokis atau mitra sebagai pembeli yang mana dalam penggunaan akad ini didasarkan pada Fatwa DSN-MUI No.110/DSN-MUI/IX/2017.

Gambaran skema mengenai akad-akad yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 5.1

Multi level marketing merupakan bentuk bisnis yang dilakukan dengan berjenjang-jenjang. Bisnis ini tidak dapat dilakukan dengan hanya melalui lisan “saya siap menjualkan” seperti yang terjadi dalam jual beli yang dilakukan secara tradisional atau biasa. Pada praktiknya multi level marketing tiensi jika ingin menjadi anggota/membership jaringan distributor harus mendaftar terlebih dahulu serta membayar sebesar Rp. 99.000-, ketika sudah mendaftar menjadi membership jaringan distributor tiensi jika diperhatikan secara mendalam akan memiliki tanggung jawab untuk menjadi makelar untuk menawarkan pada calon konsumen lainnya untuk menjadi bagian dari stokis atau distributor tiensi produk dan tidak hanya menawarkan tetapi juga wajib membeli. Yang berarti membership ini

memiliki fungsi untuk membeli produk perusahaan kemudian menawarkan baik menjadi bagian dari distributor maupun produknya. Jadi dalam hal ini akad yang terjadi bukan hanya akad *ju'alah* dan *bai'* tetapi juga akad samsarah. Jadi dalam satu kesepakatan terjadi dua akad yang disepakati antara upline dan calon downline.

Perpindahan akad muamalah dari yang sebelumnya individu atau personal kemudian diadopsi dalam lembaga keuangan sehingga menjadi institusi atau lembaga yang menimbulkan permasalahan yang kompleks dikarenakan semakin berkembangnya zaman akad yang dibutuhkan tidak hanya dalam bentuk akad yang tersendiri tetapi dengan menggabungkan beberapa akad.

Multi akad memiliki beberapa jenis yang mana dari 5 jenis multi akad hanya 2 yang umum dipakai. Jenis-jenis multi akad tersebut meliputi :

1) *Al-uqud al-mutaqabilah* (akad bergantung/bersyarat)

*Al-uqud al-mutaqabilah* merupakan jenis multi akad yang mana akad kedua merespon akad pertama, yang mana kesempurnaan dari akad pertama bergantung pada akad kedua yang melalui proses timbal balik. Salah satu dari contoh akad ini adalah akad pertukaran dengan akad tabarru, akad pertukaran dengan pertukaran, dan akad tabarru dengan akad tabaru. Akad ini juga dikenal sebagai *istirath 'aqd bi 'aqd* (akad bersyarat)

2) *Al-uqud al-mujtami'ah* (akad terkumpul)

Multi akad dalam jenis ini adalah multi akad yang terkumpul dalam satu akad. Jadi multi akad ini dalam satu akad terkumpul dua akad yang memiliki akibat hukum yang berbeda.

3) *Al-uqud al-mutanaqidhah wa al-mutadhadah wa al-mutanafiyah* (akad berlawanan)

Akad ini memiliki tiga istilah yang mana walaupun didalamnya terdapat kesamaan namun juga terdapat perbedaan dengan implikasi yang berbeda. *Mutanaqidhah* memiliki makna berlawanan contohnya digambarkan A berkata sesuatu kemudian kali kedua ia berbicara sesuatu yang bertolak belakang atau berlawanan dengan perkataan pertamanya. *Mutadhadah* secara etimologi memiliki arti mengenai dua hal yang tidak mungkin terhimpun dalam satu waktu. Dan *mutanafiyah* sendiri memiliki arti menafikan. Jadi dari pengertian tersebut dapat dirumuskan bahwa jika satu nama atau hal tidak bisa untuk 2 hal yang berlawanan. Kemudian jika dua hal yang berlawanan disatukan pada satu nama maka akan menyebabkan saling menafikannya dua akad tersebut seperti dikumpulkannya *harf* dan jual beli, jadi dari segi akibat hukum pun tidak boleh disatukan jika dua akad yang berlawanan disatukan.

4) *Al-uqud al-mukhtalifah* (akad berbeda)

Akad berbeda merupakan berkumpulnya dua akad yang memiliki perbedaan akibat hukum seperti dalam akad jual beli dan sewa menyewa yang mana terdapat ketentuan waktu yang berbeda.

5) *Al-uqud al-mutajanisah* (akad sejenis)

Akad sejenis merupakan dua akad yang dikumpulkan pada satu akad yang mana tidak terpengaruhi oleh hukum dan akibat hukumnya. Contohnya adalah akad sewa dengan jual beli yang mana jenis multi akad ini dapat terbentuk dari dua akad yang hukumnya sama atau berbeda.<sup>62</sup>

Multi akad memiliki batasan-batasan yang dilakukan agar tidak terjerumus dalam hal-hal yang di haramkan. Berikut adalah batasan atau rambu-rambu dalam multi akad. Menurut teori syariah ada banyak masalah yang dihadapi multi akad yang mana adanya larangan dua akad dalam satu transaksi. Namun pada

---

<sup>62</sup> Ali Amin Isfandar. "Analisis Fiqh Muamalah Tentang Hybrid Contract Model Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Syariah". *Jurnal penelitian*: No.2, (2013): 214-216

kenyataannya larangan ini hanya dibatasi dalam 3 kasus yang didasarkan pada hadits nabi Muhammad Saw yang meliputi larangan *bai'* dan *salaf*, *bai'atani fi bai'atin* dan *shafqatani fi shafqatain*.

- 1) Dari sudut pandang fiqih muamalah tentang *bai'atani fi bai'atin* terdapat redaksi dalam riwayat Muslim (Maktabah Syamilah [Shahih Muslim, Juz 5, hlm 7]) yang berbunyi :

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ حَدَّثَنَا عَبْدُهُ بْنُ سُلَيْمَانَ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَمْرٍو عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ لَمْ يَنْهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

وَفِي الْبَابِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو وَابْنِ عُمَرَ وَابْنِ مَسْعُودٍ قَالَ أَبُو عِيسَى حَدِيثُ أَبِي هُرَيْرَةَ حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ وَالْعَمَلُ عَلَى هَذَا عِنْدَ أَهْلِ الْعِلْمِ وَقَدْ فَسَّرَ بَعْضُ أَهْلِ الْعِلْمِ قَالُوا بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ أَنْ يَقُولَ أَبِيعُكَ هَذَا الثَّوْبَ بِثَمَنٍ بَعَشْرَةٍ وَبَسِيئَةٍ بَعَشْرِينَ وَلَا يُفَارِقُهُ عَلَى أَحَدٍ الْبَيْعَتَيْنِ فَإِذَا فَارَقَهُ عَلَى أَحَدِهِمَا فَلَا بَأْسَ إِذَا كَانَتْ الْعُقُودَةُ عَلَى أَحَدٍ مِنْهُمَا قَالَ الشَّافِعِيُّ وَمَنْ مَعْنَى نَهَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ أَنْ يَقُولَ أَبِيعُكَ دَرِي هَذِهِ بِكَذَا عَلَى أَنْ تَبِيعَنِي غُلَامًا مَكَ بِكَذَا فَإِذَا وَجِبَ لِي غُلَامًا مَكَ وَجِبَتْ لَكَ دَارِي وَهَذَا يُفَارِقُ عَنْ بَيْعٍ بَعِيرٍ تَمَنٍ مَعْلُومٍ وَلَا يَدْرِي كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا عَلَى مَا وَقَعَتْ عَلَيْهِ صَفَقَتُهُ

Dari riwayat-riwayat di atas memiliki makna yang intinya : “Nabi saw telah melarang dua jual beli (pembelian)” asy-Syafi’i dalam hal ini memberikan penjelasan (*syarh*) mengenai maksud dari *bai'atani fi bai'atin* (dua pembelian dalam satu pembelian), dengan menyatakan : jika seseorang mengatakan: “saya jual budak ini kepada anda dengan harga 1000, dengan catatan anda menjual rumah anda kepada saya dengan harga sekian. Yang mana artinya, jika anda menetapkan milik anda menjadi milik saya, sayapun menetapkan milik saya menjadi milik anda.” Maksud dari *bai'atani fi bai'atin* ini adalah dilakukannya dua akad dalam dua transaksi. Contohnya adalah akad pertama adalah

akad jual beli budak dan akad kedua adalah jual beli rumah, yang mana setiap ketentuan mengikat satu sama lain sehingga terjadinya dua transaksi dalam satu akad.<sup>63</sup>

Rajih atau pendapat ulama yang dipilih dari banyak ulama dalam pendapat yang mengatakan bahwa akad tersebut akan menghasilkan ketidakjelasan harga dan menjerumuskan ke riba. Dalam pendapat ini menafsirkan jika seseorang menjual sesuatu dengan pembayaran di cicil kemudian memiliki syarat pembeli harus menjual kembali kepada penjual dengan harga yang lebih rendah secara kontan. Akad seperti ini merupakan hilah dari terjerumus pada riba, dan sebenarnya tidak terjadi akad jual beli dalam transaksi tersebut.

Praktik jual beli dari jenis tersebut merupakan hal yang dilarang apabila dalam sebuah akad yang didalamnya terdapat dua jual beli, salah satunya dari jual beli tersebut dinyatakan sah dan mengikat (lazim) sebelum para pihak berpisah namun tidak ditentukan jual beli mana yang dinyatakan sah dan mengikat tersebut. *Illat* larangan bentuk jual beli ini adalah adanya ketidakpastian (*gharar*) yang timbul dari ketidakjelasan nilai harga.

- 2) Larangan *shafqataini fi shafqatain* yang mana terdapat riwayat tentang larangan tersebut dalam (Maktabah Syamilah, [Musnad Ahmad juz 8, hlm 130] :

حَدَّثَنَا حَسَنٌ وَأَبُو النَّضْرِ وَأَسْوَدُ بْنُ عَامِرٍ قَالُوا حَدَّثَنَا شَرِيكٌ عَنْ سَمَكٍ عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ  
بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ أَبِيهِ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ

---

<sup>63</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah Dan Praktik Pemakelaran*. (Sumatera Barat: STAIN BATUSANGKAR PRESS, 2014): 32

وَسَلَّمَ عَنْ صَفْقَتَيْنِ قِي صَفْقَةٍ وَاحِدَةٍ قَالَ أَسْوَدُ قَالَ شَرِيكَ الرَّجُلِ يَبِيعُ الْبَيْعَ فَيَقُولُ هُوَ  
بِنِسَاءٍ بَكْدًا وَكَذَا وَهُوَ بِنَقْدٍ بَكْدًا وَكَذَا

Dalam riwayat ini memiliki makna bahwa : “*Rasulullah saw telah melarang dua kesepakatan atau akad dalam satu kesepakatan (akad).*” Maksudnya adalah dengan tegas Rasulullah melarang praktik dua akad dalam satu akad.

Definisi akad ini menurut para ulama adalah hubungan antara ijab dan qabul dalam bentuk yang disyariatkan dengan dampak yang ditetapkan pada tempatnya.

Maka suatu *tasharruf qawli* (tindakan lisan) dikatakan sebagai akad, jika ada ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) dari pihak kedua. Yang mana ijab dan qabul ini harus dilakukan secara syar’i sehingga dampaknya juga halal bagi masing-masing pihak. Islam juga telah menetapkan akad harus dilakukan terhadap salah satu dari dua perkara: zat atau jasa. Misalnya akad syirkah dan jual beli adalah akad yang dilakukan terhadap zat, sedangkan akad ijarah adalah akad yang dilakukan terhadap jasa. Selain terhadap dua hal ini, maka akad tersebut statusnya batil.<sup>64</sup>

3) Larangan *bay’* dan *salah* (jual beli dan akad pemesanan barang)

Dalam riwayat tentang *bai’* dan *salaf* dalam maktabah syamilah, musnad Ahmad, Juz 13, hlm 377 yang berbunyi :

---

<sup>64</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah Dan Praktik Pemakelaran*. (Sumatera Barat: STAIN BATUSANGKAR PRESS, 2014): 30-31

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ الْحَنْفِيُّ حَدَّثَنَا الضَّحَّاكُ بْنُ عَثْمَانَ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَن جَدِّهِ قَالَ  
نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ وَعَنْ بَيْعٍ وَسَلَفٍ وَعَنْ رِبْحٍ مَا لَمْ  
يُضْمَنْ وَعَنْ بَيْعٍ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

Arti dari riwayat ini adalah bahwa “*Rasulullah Saw telah melarang jual beli dan akad pemesanan barang (dalam satu transaksi).*” Dalam hadis ini mempertegas mengenai karangan yang terdapat dalam konteks dua hadits sebelumnya, hal ini dibarengi dengan pemberian contoh dalam pemesanan barang/akad salaf dengan pembayaran yang dilakukan di depan dengan akad jual beli yang dilakukan dalam satu akad atau transaksi. Dalam penjelasan as-Sarakhsyi yang mana untuk mempertegas konteks hadits yang melarang jual beli dengan ijarah dalam satu transaksi. Dari *dalalah* yang ada, lafadz naha (melarang) yang digunakan maupun *la tahillu ata la yahillu* (tidak di halalkan) menunjukkan, bahwa hukum muamalah yang di sebutkan dalam hadits tersebut jelas haram. Sebab, ada lafadz yang jelas menunjukkan keharamannya seperti *la tahillu* atau *la yahillu*. Mengenai dalil ini dan hukumnya yang berkaitan dengan dua transaksi dalam satu akad, serta *mannath* hukumnya.<sup>65</sup>

Dalam hadis lain juga menyebutkan bahwa “*dari Abu Hurairah Rasulullah melarang jual beli dan pinjam*”. (HR Ahmad). Dalam hal ini diperbolehkannya suatu akad jika diketahui waktu, objek, dan harganya oleh dua belah pihak yang berakad. Hukum akad akan dilarang jika salah satu dari hal tersebut tidak jelas. Contoh yang diberikan oleh

---

<sup>65</sup> Ali Amin Isfandar. “Analisis Fiqh Muamalah Tentang Hybrid Contract Model Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Syariah”. *Jurnal penelitian*, No.2, (2013): 220

Imam al-Syafi'i adalah jika terdapat orang yang akan membeli sebuah rumah dengan harga seratus dengan syarat dia meminjamkan (*salaf*) kepadanya seratus, maka sebenarnya jual beli tersebut tidak jelas apakah dibayar dengan seratus atau lebih. Sehingga harga dari akad jual beli itu tidak jelas, karena seratus yang diberikan adalah pinjaman atau ariyah. Sehingga manfaat dari seratus tidak jelas apakah jual beli atau pinjaman.<sup>66</sup>

Menurut Ibnu Qayyim bahwa nabi melarang multi akad antara akad *salaf* dan jual beli meskipun kedua akad tersebut berlaku sendiri-sendiri hukumnya diperbolehkan. Larangan mengumpulkan *salaf* dan *bai'* dalam satu akad ini untuk menghindari terjatuh pada *riba'* yang diharamkan. Hal ini dapat terjadi jika terdapat seseorang yang meminjamkan uangnya sebesar seribu, kemudian ia menjual barang harga delapan ratus dengan harga seribu. Jadi dalam praktik ini yang terjadi adalah pihak seolah memberi seribu serta barang yang bernilai delapan ratus dengan tujuan untuk mendapatkan bayaran sebesar dua ribu dan mendapatkan kelebihan sebesar dua ratus. Jadi terdapat multi akad yang dilarang atau diharamkan ulama yakni multi akad *salaf* dan jual beli, serta jual beli dengan *qardh* dalam satu transaksi.

Suatu akad yang didalamnya memiliki unsur jual beli dilarang untuk dikumpulkan dengan *qardh* atau *ijarah* dan *qardh*, *salam* dan *qardh*, *sharf* dan *qardh*, dll. Namun hal ini bertolak belakang dengan pendapat Abdullah al-Imrani bahwa tidak semua penggabungan jual beli dan *qardh* dilarang. Jadi dalam hal ini multi akad jual beli dan

---

<sup>66</sup> Ali Amin Isfandar. "Analisis Fiqh Muamalah Tentang Hybrid Contract Model Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Syariah". Jurnal penelitian, No.2, (2013): 220

qardh diperbolehkan jika tidak terdapat syarat dan tujuan untuk melipat gandakan harga lewat qardh di dalamnya.

Multi akad yang didalamnya membawa pada suatu yang haram maka hukumnya haram walaupun di dalam akad-akad yang membangunnya boleh. Yang mana contoh dalam multi akad ini adalah multi akad salaf dan jual beli. Multi akad jenis ini dilarang karena di dalamnya terdapat upaya untuk mencegah pada hal-hal yang diharamkan seperti transaksi ribawi.

Multi akad di dalamnya memiliki rambu yang tidak boleh dilanggar walaupun prinsip hukum asal dari suatu akad itu diperbolehkan hal ini dikarenakan multi akad diqiyaskan dengan hukum akad yang membangunnya dengan memperhatikan ketentuan agama yang membatasinya agar tidak terjerumus dalam hal yang diharamkan.

Jadi jika dalam praktiknya multi level marketing syariah tiensi terjadi multi akad menggunakan akad *bai'* dengan akad samsarah yang mana objek dari produk atau barang *bai'* dan *simsar* memiliki status yang berbeda yaitu dengan mendaftar menjadi anggota akan menjadikan anggota tersebut pembeli sekaligus agen atau makelar yang mendistribusikan produknya dan mengajak orang lain untuk bergabung menjadi anggota. Selain itu membayar biaya pendaftaran menjadi member atau tidak, yang mana muamalah dibagi menjadi *tabaruah* (tolong menolong), *tijarah* (bisnis). Jika dalam praktiknya yang berlaku adalah bisnis maka dalam Islam mengajarkan keadilan yang mana dalam muamalah harus ada unsur saling memberi iwad antara dua belah pihak dan dalam praktik multi akad tiens ini iwad tidak tercapai dan memberatkan salah satu pihak.

*Al-bai'* atau lebih dikenal dengan jual beli dalam pendapat hanafiyah merupakan penukaran benda dengan dua mata uang baik itu emas, perak maupun

yang semacamnya. Di dalam transaksi jual beli ini meliputi uang dan barang. Yang mana barang yang diperjual belikan haruslah memiliki nilai dan yang dibenarkan dalam syariah.<sup>67</sup>

Jual beli didalamnya terdapat rukun sebagai penegaknya, rukun jual beli ini meliputi tiga hal yang meliputi :

1) Adanya penjual dan pembeli

Jual beli didalamnya terdapat penjual dan pembeli yang mana harus memenuhi syarat. Mereka yang memenuhi syarat adalah yang telah memenuhi ahliyah untuk boleh melakukan transaksi. Maksud dari ahliyah itu sendiri adalah berakal dan baligh bagi kedua pihak yang bertransaksi. Dan jika penjual atau pembeli dalam keadaan tidak waras atau gila menjadikan rukun dari jual beli tidak terpenuhi.

2) Adanya akad

Akad secara etimologi memiliki arti sambungan (*al-aqdatu*), mengikat (*ar-rabhu*), serta janji (*al-ahdu*). Secara terminologi akad berarti perikatan ijab dan qabul yang dibenarkan oleh syara' yang menetapkan keridhoan bagi kedua belah pihak.

3) Adanya jasa/barang yang diperjual belikan

Dalam jual beli barang atau jasa merupakan rukun ketiga, yang mana telah ditetapkan oleh para ulama bahwa barang harus memenuhi syarat tertentu agar dapat dilakukannya suatu akad. Syarat tersebut meliputi :

- a) Barang yang diperjual belikan harus suci.
- b) Barang yang diperjual belikan harus memiliki manfaat
- c) Barang yang diperjual belikan harus dimiliki pemilikny
- d) Barang yang diperjual belikan harus bisa diserahkan
- e) Barang yang diperjual belikan harus diketahui kondisi atau keadaannya

---

<sup>67</sup> Ahmad Wardi Muslich. *Fiqih Muamalat*. (Jakarta: Amzah, 2010): 175.

Kemudian akad selanjutnya adalah samsarah. Samsarah adalah perantara yang mana dalam pengertiannya berbunyi :

حِرْفَةٌ يَكُونُ مُحْتَرِفَهَا أَلْوَا سِطَةً بَيْنَ الْبَائِعِ

Artinya: “Suatu profesi dimana pelakunya menjadi perantara antara penjual dan pembeli.”

Keperantaraan dalam Al-Quran tidak disebutkan secara spesifik. Namun praktik keperantaraan yang disebutkan seperti nabi Muhammad yang menerima wahyu dari Allah dengan Malaikat Jibri l sebagai perantaranya. Perkataan yang digunakan dalam Al-Quran adalah *syuhada*, *sharikh*, *waliyy*, *jundan*, *dhahir*, *nashir*, *‘adhudan*, *wakil* dan *maula* untuk menunjukkan kata penolong yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah dan bukan dalam kaitan bisnis.<sup>68</sup> Dalam hadis ditemukan istilah samsarah, yang mana perkataan ini muncul dari Ibnu Abbas ketika merespon tentang makna dari larangan nabi Muhammad Saw mengenai penjemputan hasil produksi masyarakat desa oleh orang kota padahal masyarakat desa tidak mengetahui harga yang ada di kota.

و عن ابن عباس قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: لا تَلَقُّوا الرِّكْبَانَ، ولا يبيع حضر

لباد، فليل لابن عباس: ما قوله: حاضر لبد؟ قال: لا يكون له سمسارًا. رواه الجماعة إلا

الترمذي

Artinya : *Dari Ibn Abbas berkata: Rasulullah saw. Bersabda: “Janganlah kalian cegat pedagang di jalan (sebelum sampai ke pasar) dan janganlah*

<sup>68</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah Dan Praktik Pemakelaran*. (Sumatera Barat: STAIN BATUSANGKAR PRESS, 2014): 3

*orang kota menjual barang dagangan orang desa”. Dikatakan kepada Ibn Abbas, apa maksud orang kota menjual barang dagangan orang desa? Dijawab: tidak boleh ada perantara bagi orang desa tersebut. (HR. Jamaah kecuali al-Tarmidzy).<sup>69</sup>*

Setelahnya munculnya pengembangan perantara oleh para ulama yang mana hal ini di dasarkan pada teori tersebut dalam berbagai kitab fikih seperti *simsar*, *bayya*, *dallal*, dan lain-lainnya. Hal ini dilakukan untuk memastikan agar praktik keperantaraan tidak masuk dalam kategori samsarah yang dilarang. Dalam kehidupan masyarakat yang terjadi sehari-hari adalah para tengkulak memborong hasil dari petani langsung dengan harga yang murah. Selanjutnya hasil produksi ini dijual kembali dengan kenaikan harga kepada para pengecer. Kemudian harga ini akan terus naik atau dijual lebih mahal lagi hingga ke tangan konsumen.

Harga yang tinggi disebabkan oleh rantai pendistribusian yang panjang dari perantara satu ke perantara lain lalu ke konsumen. Kemudian praktek seperti inilah yang kemudian secara teori tidak sesuai dengan hukum Islam yang melarang orang kota menjual barang orang desa. Yang mana artinya petani atau orang desa diharapkan untuk bisa menjual hasil taninya sendiri untuk meminialisir terjadinya kenaikan harga yang meresahkan masyarakat karena petani dapat lebih menetapkan keuntungan yang di dasarkan pada asumsi biaya produksi dan distribusi yang telah diperkirakan sebelumnya.<sup>70</sup>

Dari hal tersebut maka persoalan harga akan menjadi krusial dikarenakan harga akan terus naik dan terjadi karena ada tambahan biaya lainnya seperti fee, upah, distribusi atau bonus yang mengiringi proses

---

<sup>69</sup> Muhammad bin Islamil bin Ibrahim bin Al-Mughirah al-Bukhairy, (Al-Jami' al-Shahih, Kahirah: Dar al-Sya'bi, 1987, Juz 3), 94

<sup>70</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 5-6.

pemasaran. Kenaikan seperti ini seperti ini di anggap tidak wajar jika hanya satu produk harus melalui mata perantara distribusi yang panjang yang mana akibat dari monopoli dari para perantara.

Konsep fiqih aspek dalam samsarah ini bisa disamakan dengan akad ijarah yang mana berkaitan kebolehan akad seperti ini di atur dalam firman Allah Swt surat At-talaq ayat 6 yang berbunyi :

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَتَأْتُواهُنَّ أَجُورَهُنَّ

Artinya : “Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)-mu untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya.”<sup>71</sup>

Dalam praktik multi level marketing tiensi dalam bonus. Seperti yang dijelaskan pada bab ini bahwa dalam melakukan penjualan maupun perekrutan member baru atau downline dapat memberikan bonus berupa point value baik berupa point value dari penjualan saja, perekrutan saja maupun point gabungan dari keseluruhan yang mengharuskan member atau anggota harus membeli produk dari perusahaan terlebih dahulu. Sehingga jika di amati mendalam dalam transaksi ini terjadi dua akad yakni akad *tabaruk* dengan akad *bai'* atau jual beli.

Bonus atau hadiah menurut kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti pemberian (kenang-kenangan, penghargaan, penghormatan).<sup>72</sup> Menurut Zakariyya Al-Anshari hadiah dalam istilah fikih didefinisikan sebagai penyerahan hak milik harta benda tanpa ganti rugi yang umumnya dikirim penerima untuk

---

<sup>71</sup>Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 559

<sup>72</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, Cet. 3, 2005), 380.

memuliakannya.<sup>73</sup> Dari pengertian tersebut disimpulkan bahwa hadiah adalah pemberian yang diberikan tanpa imbalan. Islam dalam penyerahannya mengatur kepemilikan hadiah haruslah dilakukan tanpa adanya kompensasi atau *tamlikan li al'ayn bi la 'iwadh*, karena dalam pemberian hadiah terdapat kompensasi maka akad yang terjadi bukan hadiah melainkan *al-bay'* atau jual beli.

Hadiah dalam hukum Islam memiliki rukun yang harus dipenuhi, rukun-rukun tersebut meliputi adanya *aqidain* antara *al-muhdi* atau pemberi hadiah dengan *al-mahda ilayh* atau pihak yang diberi hadiah, *al-muhdi* dalam kondisi tidak dipaksa dan dengan kerelaannya sendiri dan *al-mahda ilayh* disyaratkan untuk ada saat terjadinya akad. Rukun kedua adalah ijab qabul, yang mana dapat dilakukan tanpa adanya redaksi lafzhiyah. Akad hadiah ini adalah *al-aqd al-munzij* yang mana merupakan akad yang tidak boleh dikaitkan dengan suatu syarat (*al-'aqd al-mu'alaq*) dan merupakan akad yang tidak boleh disandarkan pada waktu yang akan datang (*al-'aqd al-mudhaf*). Rukun terakhir dari hadiah ini adalah *al-muhda* atau harta yang dihadiahkan haruslah *ma'lum* atau jelas.

Di dalam multi level marketing terdapat makelar berantai yang mana sebenarnya makelar (*samsarah*) dibolehkan didalam Islam, yaitu transaksi dimana pihak pertama mendapatkan imbalan atas usahanya memasarkan produk dan pertemukannya dengan pembelinya.

Adapun makelar didalam multi level marketing tiensi fokus utamanya bukanlah berfokus pada memasarkan produk, tetapi memasarkan komisi dan bonus-bonus yang diiming-imingi. Maka, dilangkah selanjutnya setiap anggota multi level marketing tiensi memasarkan produk kepada orang yang akan memasarkan dan seterusnya, sehingga terjadilah pemasaran berantai. Dan ini tidak dibolehkan karena akadnya mengandung *gharar* dan spekulatif.<sup>74</sup> Jadi dalam hal

---

<sup>73</sup> Abi Yahya Zakariyya, Al-Anshari Asy-Syafi'i, Asnal Mathalib, (Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah Juz 5), :556.

<sup>74</sup> Wawancara Dewan Pengawas Syariah (Malang 22 Desember 2021).

ini jika dalam bonus dari tiensi memiliki syarat untuk membeli menjadikan akad *tabarru* dan akad jual beli yang dilakukan menjadi tidak boleh.

Selain itu menurut pemuka Nahdatul ulama kabupaten Buleleng berpendapat dengan dasar dari hasil putusan bahtsul masail waqiiyyah munas alim ulama NU. Yang mana dalam pendapat mereka dinyatakan bahwa multi level marketing merupakan bisnis yang didalamnya terdapat pelanggaran syariat yang dilakukan secara terselubung sehingga menyebabkan adanya korban dari bisnis ini baik dilakukan oleh multi level marketing yang telah memiliki legalitas maupun multi level marketing yang tidak memiliki legalitas dari pemerintah. Multi level marketing ini pun dapat menjadi haram karena terdapat gharar yang mana syarat yang terdapat didalamnya menyalahi prinsip akad sekaligus motivasi dari bisnis tersebut berupa bonus dan bukan barang.

#### **b. Samsarah ala samsarah**

Pengertian samsarah memiliki arti perantara antara penjual dengan pembeli untuk melangsungkan jual beli. Kata samsarah ini berasal dari bahasa Persi yang mana terintegrasi dalam bahasa Arab yang hakikatnya memiliki orang yang menjual biji-bijian untuk masyarakat. Di masa nabi sendiri terdapat sekumpulan samsarah yang kemudian oleh nabi dinamai sebagai tujjar. Samsarah yang diperbolehkan dan upah pelakunya halal adalah yang terjadi baik antara warga perkotaan dan akan diharamkan bila warga kota bertindak sebagai perantara warga desa untuk menjual produknya.

Samsarah yang tergambar dalam dalil Al-Quran dan sunnah tersebut disamakan dengan akad ijarah dan dihalalkan. Dan yang mana jika di dalam samsarah tersebut mengandung unsur kedzaliman maka tidak boleh dilaksanakan. Nama pelaku samsarah adalah simsar. Hal ini dikarenakan kesibukannya dalam bekerja dan dagang yang kemudian oleh nabi Muhammad saw di beri nama

tujjar. Kemudian karena kesibukannya ini, ia kemudian memerlukan perantara yang membantu kerja dan dagang, yang mana menegahi penjual dan pembeli (*wasathah*).<sup>75</sup> Pada perkembangannya samsarah ini melekat dalam aktivitas jual beli. Dan kemudian samsarah di artikan sebagai jual beli itu sendiri. Samsarah dalam ungkapan lainnya disebut pula sebagai safsir. Selain itu nama lain dari samsarah dalam penjelasan lainnya dikenal dengan simsar atau dallal yang mana merupakan bekerja kepada orang lain dalam penjualan dan pembelian dengan mendapatkan upah. Disebut sebagai tujjar pula untuk menghindari kebiasaan sumpah palsu dan kebohongan di dalam pekerjaan ini.

Samsarah dalam ketentuan kerja mestilah jelas objek serta waktu yang dibutuhkan dan upahnya. Isyarat dari hadis nabi sendiri menjelaskan bahwa samsarah adalah wakil dari seseorang untuk menjual atau membelikan sesuatu, serta kelebihan dari setiap barang maupun harga tidak boleh di ambil sebagai komisi dikarenakan sudah ditetapkannya upah hal ini dapat dikecualikan bila sebelumnya sudah ada izin yang diberikan sebagai komisi tambahan.

Simsar harga menjadi suatu objek penipuan yang sering untuk memperbesar keuntungan dan penipuan informasi terkait biaya-biaya yang di tanggung dalam pasar yang tidak benar. Jadi samsarah haruslah memsatkan jika hendak dilaksanakan yang meliputi melindungi kemaslahatan produsen dari dilarangnya *talaqqiy al-rukban* dan kemashlahatan konsumen dengan melarang *bai' al-hadhir li bad*.

Dalam fikih sendiri terdapat jenis-jenis keperantaraan yang meliputi :

- 1) Samsarah yang merupakan istilah dalam bisnis yang pada awal mulanya ini berarti orang yang membantu untuk mendistribusikan gandum petani kepada orang-orang. Namun kemudian samsarah ini berubah arti yang mana di pandang dengan mendapat upah atau harta

---

<sup>75</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 11

dengan bekerja kepada orang lain dalam keperluan penjualan ataupun pembelian. Dalam konteks lainnya samsarah ini juga disebutkan sebagai penerjemah bahasa asing untuk kepentingan dakwah di daerah Baghdad. Dan dalam catatan lainnya bahwa istilah samsarah ini digunakan untuk menyebut makcomblang.

Para ulama secara umum memandang bahwa samsarah halal hal ini disebabkan pelaku dari samsarah ini berjasa untuk menjual dan membeli barang ke pihak lainnya. Dan jika samsarah ini tidak ada maka suatu barang berpotensi tidak laku terjual. Selain itu samsarah ini pula termasuk dalam kategori mendapatkan upah secara sah. Hal ini didasarkan pada firman Allah surat Yusuf ayat 72 yang berbunyi :

قُلُوبًا نَفَقَدُ صُوصَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ { ٧٢ }

Artinya: “Penyeru-penyeru itu berkata: “kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.<sup>76</sup>

Fikih Islam akad ijarah ini mencakup pekerjaan makelar, samsarah, agen, dan distributor yang mana merupakan suatu transaksi yang memanfaatkan jasa dengan mendapatkan imbalan. Walaupun didalamnya terdapat dalil larangan, Ahmad bin Hambal memperbolehkan jasa ini. Dalam pandangannya larangan ini terjadi karena situasi saat awal Islam sedang tidak bagus dalam harga dan perniagaan. Ulama lainnya seperti Imam al-Bukhariy, Ibnu Abbas,

---

<sup>76</sup> Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. (Jakarta: Penerbit Wali, 2010), 244

Atha, dan Ibnu Sirin pada dasarnya memandang bolehnya jasa ini dengan beberapa ketentuan.

- a) Perjanjian mesti jelas antara kedua belah pihak
- b) Objek akad yang di samsarakan bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan.
- c) Objek akad bukan hal-hal yang maksiat atau haram. Distributor perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan syubhat.<sup>77</sup>

Samsarah dengan wakil memiliki perbedaan yakni wakil hanya menjalankan amanah yang diberikan kepadanya dan jika mendapatkan keuntungan maka akan menjadi hak orang yang mewakilkan kecuali jika di hibahkan atau di ikhlaskan sedangkan samsarah mengambil keuntungan pribadi di balik pekerjaan yang di amanahkan. Kemudian dilarang untuk mewakilkan pekerjaan kepada individu atau simsar selain harga mistli dan terdapat kemungkinan penipuan yang menuntut adanya khiyar.<sup>78</sup>

*Simsar Syirkah Al-Umlah* atau agen *money changer*, *maktab al-istirad* atau distributor, merupakan pekerjaan yang menghubungkan dari

---

<sup>77</sup> Choirul Uman, *Agama Menjawab Tentang Berbagai Masalah Abad Modern* (Surabaya: Menara Suci, 1994): 16

<sup>78</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 19

satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang bertujuan untuk menyalurkan dan menerima produk. Agen ini sendiri tidak boleh untuk menaikkan harga dalam penjualan kecuali sebelumnya ada perjanjian dengan perusahaan. Dan dari pengupahannya mestinya hal ini telah diperhitungkan dari hasil penjualan oleh pemilik perusahaan. Sehingga upah seorang agen jangan sampai menjadi dua kali, yakni dari perusahaan dan yang lainnya adalah dari harga tiket yang di naikkan kemudian di jualnya.

- 2) *Dallal* merupakan orang yang memberikan petunjuk atau jalan kepada penjual maupun pembeli terkait barang yang dicari dan diinginkan. *Simsar* dan *dallal* memiliki perbedaan prinsip yang mana *dallal* menjalankan ijarah untuk kepentingan penjualan dan pembelian serta prinsip pembayarannya secara kontan. Sedangkan *samsarah* hanya menjalankan ijarah pembeliannya saja.
- 3) *Bayya* merupakan sebutan untuk penjual kapas, kacang, madu, minyak, gandum, khamar yang mana tempat jualnya harus di bakar, dan untuk makanan tersebut khusus dan disebut dengan *bayya al-ath'imah* yang memiliki arti pengganti. *Bayya* dalam praktiknya berada dalam konteks penjualan di posisi pengganti dari pemilik barang. Penjualannya pun dilakukan dengan cara yang sama dengan yang dilakukan pemiliknya yakni dengan *me-murabahahkan*, menghutangkan, mencari perantara

dan lain halnya. Dan jika terjadi sengketa atau perselisihan maka ia akan berposisi seperti pemilik yang memiliki tanggung jawab untuk segala hal yang kemudian ia pula yang bertanggung jawab kepada pemilik asal. Fikih telah mengatur bahwa bayaa tidak boleh menjadi objek sewa bahkan ketika barang yang dijual belikan harganya terlalu tinggi atau bahkan tidak memiliki harga. Maka harus ada keuntungan yang dapat diperoleh oleh *bayaa* dan ini merupakan sebuah kepastian sehingga dalam pengupahannya jelas. Dalam hal ini artinya upah merupakan hal awal yang mesti dijelaskan, jadi bukan merupakan perintah untuk bekerja namun tidak ada kejelasan mengenai perolehan dan upah.

- 4) Makelar atas makelar atau disebut juga sebagai *samsarah ala samsarah* dan apabila dilakukan oleh pihak yang merupakan pemilik dari barang maka dibolehkan. Tapi lain halnya jika pemakelaran ini dilakukan oleh orang yang berposisi sama-sama makelar maka hukumnya menjadi dilarang. Dilarangnya *samsarah ala samsarah* karena dalam hal ini kedudukan dari seorang makelar adalah sebagai *mutawasshith* atau orang tengah, orang yang mempertemukan antara dua kepentingan yang berbeda antara penjual dan pembeli. Dan apabila suatu individu berada dalam posisi *mutawasshith al-mutawasshith* atau penengah orang tengah maka kedudukannya akan gugur sebagai seorang makelar. Pada hakikatnya sendiri relasi antara akad dari *samsarah* satu dengan

*samsarah* yang lainnya adalah sebagai bentuk dari rekanan, pegawai atau buruh yang mana hal ini tentunya berkaitan dengan kontrak yang dibuat sebelumnya antara dua pihak atau lebih.<sup>79</sup>

Jadi *simsar* dapat mewakili penjual maupun pembeli dan jika berhasil mencari pembeli maka *simsar* berhak untuk mendapatkan suatu kompensasi untuk usahanya. Dari segi terminologis dalam pandangan Imam Abu Hanifah *samsarah* adalah suatu nama yang diperuntukkan bagi seseorang yang bekerja untuk orang lain dengan suatu upah yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian.<sup>80</sup>

Pada praktiknya sistem yang terdapat dalam multi level marketing syariah tiensi anggotanya akan menjadi makelar pertama yang kemudian selanjutnya akan mencari downline atau makelar-makelar lainnya dan begitu seterusnya. Dalam model ini maka tentunya telah terjadi praktik akad *samsarah* ala *samsarah* yang mana hukumnya adalah haram.

### **c. Skema Piramida**

Skema piramida merupakan skema yang memberikan keuntungan hanya pada orang yang bergabung terlebih dahulu, sedangkan orang bergabung belakangan akan menanggung kerugian. Dalam sistem piramida ini rata-rata korban tidak menyadari mereka bagian dari downline dan bukanlah investor utama. Keuntungan yang didapatkan berdasarkan pada jumlah rekrutmen member yang akan menyeter sejumlah uang hingga terbentuk sebuah formasi piramida.

Bisnis multi level marketing ini dengan skema piramida dan matahari mempunyai ketentuan yang terdiri dari :

---

<sup>79</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 34

<sup>80</sup> Ika Yunia Fauzia, *Akad Wakalah Dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online*. 339.

- 1) Terdapat uang pendaftaran yang dibarengi dengan pembelian produk yang mana ini menjadi syarat untuk ikut serta dalam keanggoatan bisnis dan pencarian mitra atau member. Yang kemudian dari pembelian barang dan pencarian mitra ini kemudian akan menghasilkan komisi atau bonus.
- 2) Dalam hal ini kemudian terdapat ketergantungan pada setoran dari member baru untuk dapat bertahan dan memberi keuntungan kepada member lama.
- 3) Rancangan pemasaran dalam bisnis mlm ini menghasilkan komisi atau bonus dan penghargaan lainnya yang berdasarkan dari kegiatan lainnya.
- 4) Produk dalam multi level marketing yang diperjual belikan biasanya bisa didapatkan dengan harga yang lebih terjangkau atau bahkan gratis, dan manfaat dari produk pun tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan/iklankan.
- 5) Bisnis mlm skema piramida dan matahari bonus merekrut anggota jauh lebih besar dibandingkan dengan bonus dari manfaat produk itu sendiri.

Sistem ini biasanya dapat menjadikan seorang distributor berkali-kali dalam satu waktu disertai dengan biaya pendaftaran yang sangat tinggi dan produk dengan harga yang sangat tinggi. Keuntungan yang didapat bukan berasal dari penjualan produk melainkan melalui perekrutan anggota, semakin banyak yang bergabung maka keuntungan yang didapatkan semakin besar. Sistem perekrutan suatu anggota dibatasi dengan maksimum 2 anggota yang kemudian dua anggota tersebut merekrut kembali dengan aturan yang sama, dalam skema ini waktu keanggoatan cenderung terbatas dalam jangka waktu yang singkat, serta memiliki sistem program yang rumit dengan titik berat pada perekrutan.<sup>81</sup>

Seiring berjalannya waktu sistem ini mengalami modifikasi guna memanipulasi orang dengan menjadikan produknya sebagai kamufase atau topeng

---

<sup>81</sup> APLI, «Skema Piramida», <https://www.apli.or.id/pages/skema-piramida>

semata. Biaya awal untuk menjadi mitra usaha dalam sistem ini mengambil keuntungan yang besar dari merekrut anggota baru dengan menyamakan biaya tersebut menjadi paket pelayanan komputer dan produk, dan biaya paket pelatihan. Yang mana hal ini sebenarnya bukan hal yang penting akan tetapi terdapat tekanan terhadap anggota untuk menggunakan peluang tersebut secara maksimal.

Berbeda dengan MLM yang komisi atau bonusnya berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen. Skema piramida memanfaatkan peluang keikutsertaan penjual langsung untuk memperoleh imbalan (Pasal 1 angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung atau Permendag 70/2019). Kriteria skema piramida (Pasal 30 Permendag 70/2019): Komisi dan/atau bonus diperoleh dari iuran keanggotaan atau perekrutan penjual langsung; Menerima pendaftaran keanggotaan sebagai penjual langsung dengan identitas yang sama dan hak usaha lebih dari 1 kali; atau Program pemasaran (marketing plan) menghasilkan komisi atau bonus ketika perusahaan tidak melakukan penjualan barang.<sup>82</sup>

Sistem praktis tiensi menggunakan sistem yang mirip namun sedikit berbeda karena sistem keanggotaan dilakukan sekali berlaku seumur hidup dan dapat diwariskan. Namun sistem perekrutan ini tetap berjalan dan selain biaya pendaftaran member juga dihadapkan pada pemilihan keanggotaan dari bronze, silver, gold dan lainnya dengan biaya cukup tinggi timbal balik dari harga tinggi yang ditawarkan adalah berupa potongan harga produk yang ditawarkan semakin besar biaya yang dikeluarkan makin besar potongan harga yang didapatkan beserta paket produk. Keuntungan yang ditawarkan pun termasuk dalam keuntungan dari merekrut anggota baru dan mensponsorinya.

---

<sup>82</sup> Ni nyoman Indah Ratnasari, «Bisnis MLM Menerapkan Skema Piramida Bisa Kena Sanksi Pidana» <https://smartlegal.id/perizinan/2021/07/01/bisnis-mlm-menerapkan-skema-piramida-bisa-kena-sanksi-pidana/>

Berikut keuntungan yang ditawarkan dalam tiensi:



Gambar 5.2

Bisnis tiens menawarkan keuntungan yang besar jika semakin tinggi peringkat serta banyak downline yang aktif dibawahnya. Karena model bisnis ini yang menawarkan banyak keuntungan dibandingkan dengan bisnis maupun pekerjaan lain. Namun kebanyakan dari semua orang yang menanamkan uangnya pada bisnis multi level marketing ini berakhir dengan kehilangan uangnya. Kurang dari 1% distributor atau member yang mendapatkan laba, serta pendapatan seumur hidup yang dijanjikan dalam presentase yang jauh lebih kecil. Selain itu cara pemasaran dan penjualan yang tidak biasa menjadikan penyebab utama kegagalan ini, selain itu sistem piramida ini merupakan sistem yang dapat menopang sejumlah kecil pemenang. Jika seseorang memerlukan 1000 downline untuk mendapatkan pendapatan seumur hidup atau *financial freedom*, maka 1000 downline tersebut membutuhkan satu juta orang untuk memperoleh kesempatan yang sama dengan uplinenya.<sup>83</sup> Selain itu disuatu saat kelak, semua produk diklaim akan dijual dengan model MLM. Para pengecer, mall, katalog, dan sebagian besar pengiklanan akan mati karena MLM. Perlu dicamkan bahwa

<sup>83</sup> Moh. Bahruddin, “ Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam”. *Asas*, No.1 (2011): 68

kurang dari 1% dari keseluruhan penjualan yang dilakukan melalui MLM dan banyak volume dari penjualan ini terjadi karena pembelian oleh para distributor baru yang sebenarnya membayar biaya pendaftaran untuk sebuah bisnis yang selanjutnya akan ditinggalkan.

Makelar atau stokis didalam multi level marketing tiensi fokus utamanya bukanlah berfokus pada memasarkan produk, tetapi memasarkan komisi dan bonus-bonus yang diiming-imingi. Maka, dilangkah selanjutnya setiap anggota atau agen multi level marketing tiensi bukan memasarkan produk melainkan bonus perekrutan kepada orang yang akan memasarkan dan seterusnya, sehingga terjadilah pemasaran berantai dan praktik skema piramida itu sendiri. Hal ini sesuai dengan Pasal 1 angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung atau Permendag 70/2019 yang mana disebutkan bahwa skema ini memanfaatkan peluang keikutsertaan penjual langsung untuk memperoleh imbalan. Selain itu, bisnis MLM yang menerapkan skema piramida seringkali menjadikan produknya hanya untuk tujuan kamufase. Akibatnya, anggota yang sudah membayar biaya pendaftaran beserta paket produk akan mengalami kesulitan menjual produk karena harga produk yang relatif tinggi.

### **3. Pengaturan Harga dan Ghabn Fahisy**

Pada praktiknya dalam penerapan harga beli dari produk multi level marketing tiensi memiliki harga yang tinggi, contohnya harga masker spirulina tiensi pada harga Tokopedia atau Shoppe dengan kualifikasi bintang 5 dari konsumen memiliki harga 28.000 per 10 kapsul maskernya dan jika ingin membeli dengan volume yang lebih tinggi dapat dilakukan dengan membeli 100 kapsul dengan harga 278.000, namun ketika ingin membeli melalui stokis tiensi untuk membeli 50 kapsul masker dijual dengan harga 306.000 promo menjadi 235.000, 100 kapsul masker seharga 540.000 promo menjadi 415.000, 200 masker

seharga 995.000 promo menjadi 765.000. dalam jual beli ini stokis atau para agen akan menciptakan harga seolah-olah terdapat promo dengan perbandingan harga yang cukup besar dengan batas waktu yang relatif kecil padahal promo itu hanya dilakukan oleh stokis untuk menyiasati konsumen. Selain itu untuk menarik perhatian konsumen menjadi agen atau stokis, para agen ini juga menggunakan strategi penjualan online dengan penjualan yang tinggi dengan menunjukkan hasil penjualan/penawaran semu yang dilakukan oleh agen sendiri untuk meningkatkan diagram penjualannya yang mana hanya akan mengirim kertas resi tanpa barang ke beberapa alamat teman-teman atau kerabat dari stokis atau agen itu sendiri.

Pada dasarnya pasar adalah institusi utama yang mana hadir untuk menerapkan mekanisme keseimbangan dan keadilan dalam segala aspek ekonomi. Pasar ini sendiri terbagi menjadi dua jenis pasar yakni pasar tenaga kerja serta pasar barang dan jasa. Dalam pasar tenaga kerja jika upah yang di patok semakin tinggi maka jumlah permintaan tenaga kerja tersebut akan menurun dan akan meningkatkan biaya produk dan tawaran tenaga kerja. Kemudian dalam pasar barang dan jasa yang didalamnya akan meningkatnya permintaan jika harga dari jasa atau barang tersebut turun. Dan apabila yang terjadi sebaliknya maka permintaan pun akan turun.<sup>84</sup>

Pengaturan harga didalamnya terdapat faktor yang mempengaruhi permintaan yang mana terdiri dari zakat dan pendapatan, dan biaya produksi sendiri menjadi faktor yang mempengaruhi suatu penawaran. Selain itu dalam Islam harga ini ditentukan melalui interaksi penawaran dan permintaan yang terjadi pada pasar-pasar dalam kondisi persaingan pasar sempurna, yakni tidak terdapatnya monopoli dan strategi-strategi yang merusak mekanisme suatu pasar. Arti penting yang dimaksud dalam hal ini mestinya berfokus pada faktor-faktor

---

<sup>84</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 37

yang meliputi moralitas, spiritualitas, ekonomi, serta materealisme yang mana semua hal mestinya berinteraksi dalam proses pembentukan manusia yang bermartabat secara utuh.<sup>85</sup> Sebelumnya tercatat dalam buku *Wealth Of Nation* karya Adam Smith yang menyebutkan bahwa model pasar tersebut pernah terjadi saat Nabi Muhammad menjadi pemimpin di kota Madinah.

Suatu harga sederhananya ditetapkan dengan didasarkan pada seluruh biaya produksi dan keuntungan. Sudah semestinya pengusaha membuat harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Kemudian jika didalamnya terdapat praktik pembelian yang sifatnya khusus maka etika penjualan barang mestinya melakukan pemberian insentif baik berupa promosi, diskon maupun penjualan yang dilakukan secara obral. Dalam pandangan Qadhi Abd Al-Jabbar faktor besar kecilnya permintaan, banyak atau sedikitnya suatu barang dan bencana alam sendiri mempengaruhi naik turunnya harga yang telah ditentukan. Sedangkan dari pandangan Imam Ghazaliy sendiri menjelaskan secara sederhana bahwa tingkat kelangkaan suatu barang menentukan tinggi atau rendah nilainya.

Islam dalam konsep harga dipengaruhi oleh *tsaman*, *si'r*, *qimah* serta *ujrah* yang digunakan oleh fikih. Tsaman secara kebahasaan merupakan harga faktual dari suatu objek yang dalam artian harga ketika terjadinya jual beli (*ma tashtahiqqu bihi al-syai'*). Jadi dalam hal ini harga segala sesuatu ialah nilainya. *Si'r* sendiri dalam hal ini adalah harga yang berlaku dalam pasar barang secara umum. Kemudian *qimah* adalah harga dalam ukuran sedangkan *ujrah* adalah upah yang ditetapkan dalam ijarah.<sup>86</sup>

Harga untuk suatu produk ditetapkan untuk semua konsumen dalam pandangan gagasan modern yang muncul pada abad 19. Suatu harga sendiri

---

<sup>85</sup> Muhammad H. Behesti. Kepemilikan Dalam Islam, Terjemahan dari "Ownership in Islam" Oleh Lukman Hakim dan Ahsim M.,(Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992): 30

<sup>86</sup> Iza Hanifuddin. *Fiqh Samsarah dan Praktik Pemakelaran*. (Penerbit STAIN Batusangkar Press: Sumatera Barat, 2014), 39

memiliki fungsi yang berperan untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Selain itu dalam suatu harga juga merepresentasikan nilai yang ingin ditunjukkan perusahaan terhadap pasar mengenai merek atau produknya. Dalam pandangan Kardes, Kellaris, dan Cronley, konsumen dipandang sangat bergantung pada harga yang telah ditetapkan untuk memprediksi kualitas dan cenderung mengabaikan aspek lainnya yang berada diposisi sama penting seperti karakteristik suatu produk. Di sisi yang sama asumsi kualitas yang konsumen buat pada harga memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian aktual konsumen.<sup>87</sup>

Suatu harga yang ditetapkan sesuai dengan pasar dan produknya maka akan potensi keuntungan yang tinggi dan konsumen rela untuk membayar. Jadi penetapan harga menentukan harga yang tepat.

Mengenai jual beli Rasulullah bersabda :

انما البيع عن تراض

Artinya: “Jual beli itu tidak lain hanyalah dengan sama-sama ridho.”

Allah juga telah menetapkan bahwa setiap orang memiliki hak untuk menjual barangnya dengan harga yang disukai. Namun dalam pelanggaran harga pasar dengan cara penetapan dengan alasan yang tidak tepat akan menjadi ketidakadilan yang dapat dituntut dan diminta pertanggung jawabannya di hadapan Allah SWT. Berbanding terbalik dengan yang tertulis dalam buku Ekonomi Islam, penjual yang menjual produknya dengan harga pasar maka ia diibaratkan orang

---

<sup>87</sup> FR. Kardes, et al. “The Role of Selective Information Processing in Price Quality Inference” *Journal of Consumer Research*. No.31, (2014): 368-374

yang berjuang di tangan Allah, dan jika menetapkan harga seorang diri maka akan masuk pada perbuatan ingkar kepada Allah.<sup>88</sup>

Suatu mekanisme pasar akan terganggu jika terdapat faktor-faktor insidental dan temporer yang meliputi hal-hal seperti menimbun dengan sengaja, penipuan dari segi kuantitas dan kualitas, penciptaan permintaan semu, harga, kolusi pedagang dengan membuat harga di atas harga pasaran, serta waktu pengiriman barang.

Jual beli sendiri menjadikan penjual berada dalam kedudukan yang boleh untuk menetapkan harga untuk mendapatkan keuntungan dan dalam Islam sendiri tidak mengatur presentase atau batasan tertentu. Dalam surah an-nisa ayat 29 dijelaskan bahwa dalam muamalah atau jual beli tidak boleh dilakukan dengan cara batil, hal ini dikarenakan dalam transaksi yang dilakukan antara dua pihak atau lebih haruslah memberikan keuntungan dan dilakukan secara sukarela sehingga menciptakan transaksi yang memiliki sifat adil. Yang mana terkait dengan harga sendiri telah ditentukan oleh alam atau Allah (mekanisme pasar/ *invisible hand*). Rasulullah pun tidak pernah mengatur mengenai harga pasar namun karenanya hal-hal yang tidak sesuai dengan hukum Allah dan cara yang batil seperti harga yang terlalu tinggi, perang harga, kemudian tidak sesuai dengan harga pasar dapat membunuh keberlangsungan suatu usaha.

Harga dalam pandangan Abu Yusuf suatu harga dapat dipengaruhi oleh naik dan turunnya suatu produksi, dalam teorinya pula bahwa jumlah permintaan dan persediaan dan pengaruhnya terhadap harga, dari hubungan negatif antara persediaan dengan harga. Jadi didalam pandangannya harga tidak bergantung pada persediaan itu sendiri tapi bergantung pada kekuatan permintaan, oleh karenanya bertambah dan berkurangnya harga semata-mata tidak berhubungan dengan

---

<sup>88</sup> M. Sulaeman Jajuli. "Neorpricing dan Etika Bisnis Islam". *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*. No. 2, (2020): 266.

bertambah atau berkurangnya dalam produk. Kemudian strategi penetapan harga ini sebenarnya dapat digunakan pula dalam ekonomi syariah dengan catatan tidak bertentangan dengan aturan syari'at yang berlaku.

Islam sendiri perusahaan memiliki hak mendapatkan keuntungan minimum, yang mana perusahaannya menggunakan prinsip kemanusiaan untuk menjadi dasar yang menentukan batas dari omset para pekerjanya. Ekonomi syariah dalam strategi penetapan harga produk diterapkan dengan mengamati situasi dari permintaan dan penawaran di pasar. Keadilan merupakan ciri yang harus dalam penerapan harga, yang mana hal ini memiliki arti bahwa tidak diperbolehkan adanya pihak yang dirugikan dan harga yang ditetapkan haruslah disandarkan dalam prinsip keadilan untuk semua pihak. Secara umum, kekuatan harga ada dalam perinciannya terorganisir, tetapi kurang memperhatikan kepentingan masyarakat. Sementara harga masuk ekonomi syariah yang mengedepankan kepentingan ummat tidak terlalu detail. Berbeda dengan prinsip-prinsip strategi penetapan harga umum, ia memiliki tujuan, yang mana tujuannya adalah untuk memaksimalkan dan mengejar keuntungan dengan tujuan mengumpulkan kekayaan. Ekonomi syariah memiliki prinsip untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam hal distribusi penghasilan. Oleh karenanya alokasi produk harus memenuhi kebutuhan sebagian besar masyarakat yang kemudian disesuaikan dengan selera masyarakat serta kondisi pasar. Ekonomi syariah yang sesuai dengan strategi ataupun tabf tidak sesuai dalam masalah prinsip, karena pada dasarnya Islam tidak melarang untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya, karena keuntungan bukanlah bagian dari tujuan akhir melainkan kesejahteraan masyarakatlah yang utama.

Menurut dewan pengawas syariah pengaturan harga yang tinggi dapat terjadi karena setiap multi level marketing memiliki sistem yang berbeda hal ini dikarenakan harga konsumen ditetapkan dari harga beli yang kemudian ditambah dengan komisi yang didasarkan pada hadis riwayat Bukhari yang memperbolehkan

untung hingga 100% dari harga jual beli namun bila menganut prinsip kemudahan dalam penetapan keuntungan laba, maka akan lebih baik. Jual beli yang berdasarkan pada keuntungan memungkinkan untuk menjual dengan laba, tanpa laba atau tauliyah, atau dibawah harga beli (*muwadla'ah*). Diperbolehkan selama tidak terjadi *ghabn* atau harga yang berlebih-lebihan atau batas margin yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya. Selain pembelian barang yang dilakukan bukan atas dasar kebutuhan, tapi atas dasar untuk mengejar bonus, jika bertujuan untuk mengejar bonus maka akan menjebak pada sikap berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi, itu harga yang dapat menyebabkan danya rekayasa karena adanya keterbatasan untuk membeli produk, kemudian menggunakan nama orang untuk membeli produk yang mana tujuannya untuk bonus. Jika membeli barang dengan niat bonus maka hal ini dikhawatirkan tujuannya adalah membeli uang dengan uang walaupun terdapat barangnya, meskipun dilihat dari lahiriyah akad itu dilihat dari formalnya, dan ketika membeli barang niatnya untuk mendapatkan bonus atau hadiah maka muncul masalah dilihat dari sudut pandang fikih yang mana hukum ekonomi syariah tidak hanya berbicara tentang akad, prioritas, etika, membeli barang kemudian tidak digunakan yang merupakan bentuk dari israf atau berlebih-lebihan.<sup>89</sup>

Kemudian sebagai tambahan, dikarenakan dalam praktek sistem tiensi karena sedari awal produk tidak menjadi fokus utama dan lebih berfokus pada imbalan yang akan di dapatkan maka sebagian ulama mengatakan bahwa transaksi dengan sistem multi level marketing mengandung riba (*riba fadhl*), karena anggotanya membayar sejumlah kecil dari hartanya untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar darinya, seakan-akan ia menukar uang dengan uang dengan jumlah yang berbeda. Inilah yang disebut dengan *riba fadhl* (ada selisih nilai). Begitu juga termasuk dalam kategori *riba nasi'ah*, karena anggotanya

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Dewan Pengawas Syariah (Malang 22 Desember 2021).

mendapatkan uang penggantinya tidak secara cash atau dalam hal ini dikenal dengan *point value*.

Sementara produk yang dijual oleh perusahaan kepada konsumen tiada lain hanya sebagai sarana untuk barter uang tersebut dan bukan menjadi tujuan anggota, sehingga keberadaannya tidak berpengaruh dalam hukum transaksi ini.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> Wawancara dengan Dewan Pengawas Syariah (Malang 22 Desember 2021).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pada dasarnya dalam penjualan langsung berjenjang syariah yang berlaku di Indonesia diatur dalam DSN-MUI No. 75 tahun 2009 yang membahas mengenai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah diperbolehkan dengan ketentuan hukum Islam yang meliputi :
  - b. Adanya obyek transaksi yang riil atau nyata yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
  - c. Barang atau produk jasa yang diperjual belikan bukan merupakan hal yang diharamkan atau dipergunakan untuk suatu hal yang haram
  - d. Transaksi tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat.
  - e. Tidak ada harga yang berlebihan yang merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh
  - f. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan
  - g. 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;

- h. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
- i. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra'.
- j. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
- k. 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;
- l. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
- m. Tidak melakukan kegiatan money game

2. Penerapan hukum Islam atau DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009 :

- a. Produknya telah memenuhi standarisasi yang telah ditetapkan oleh BPPOM sehingga telah mendapatkan ijin edar produk di Indonesia
- b. Kemudian dalam sistem penerapannya terdapat praktik multi akad praktik multi level marketing tiensi. dalam melakukan penjualan maupun perekrutan member baru atau downline dapat memberikan bonus berupa point value baik berupa point value dari penjualan saja, perekrutan saja maupun point gabungan dari keseluruhan yang mengharuskan member atau anggota harus membeli produk dari perusahaan terlebih dahulu. Sehingga jika diamati dalam transaksi ini terjadi dua akad yakni akad *tabaruk* dengan akad *bai'* atau jual beli yang mana kedua akad tersebut tidak boleh untuk disatukan.

- c. Terdapat praktik samsarah ala samsarah yang mana hal ini dilarang untuk dilakukan
- d. Selain itu dalam sistem ini praktis tiensi memasuki beberapa kategori skema piramida serta ghabn fahisy atau exercing mark up sehingga hal ini tentunya merugikan konsumen dan downline ditingkat terbawah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin Isfandar, Ali. “Analisis Fiqh Muamalah Tentang Hybrid Contract Model Dan Penerapannya Pada Lembaga Keuangan Syariah”. *Jurnal Penelitian*. no. 2, (2013).
- Anonim, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman memulai Bisnis TIENS)*, t.tp. : t.p., t.t.
- A. Valentine, Debra. «*Pyramid Scemes*», Washington D.C, 1998. [Ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-scemes/](http://Ftc.gov/public-statements/1998/05/pyramid-scemes/)
- Abdullah bin Muhammad Al-Imrani, *Al-‘uqud al-maliyyah al-murakkabah*. Riyadh: dar kunuz isybiliya, 2010.
- Abu ‘Isa Muammad bi ‘Isa al-Tarmidzi, *Sunan al-Tarmidzi*. Kairo: Makniaz, tt.
- Ahmad bin Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad*. Beirut: Muassasah al-Risalah, jilid 6,tt.
- Burhan, Ashshofa. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Cet. 3, 2005.
- Dewi, Gemala, dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- FR. Kardes, et al. The Role of Selective Information Processing in Price Quality Inference, *Journal of Consumer Research*. No.31, 2014.
- Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
- H. Behesti, Muhammad. *Kepemilikan Dalam Islam*, Terjemahan dari “Ownership in Islam” Oleh Lukman Hakim dan Ahsim M., Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992.

- Hadi, Sholikul. Strategi Penetapan Harga Komoditas Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal ekonomi, Kenangan & Bisnis Syariah*, vol 1 no 2, 2019, doi 10.47467.
- Hanifuddin, Iza. *Fiqh Samsarah Dan Praktik Pemakelaran*. Sumatera Barat: STAIN BATUSANGKAR PRESS, 2014.
- Haryono. Konsep Al- Ju'alah Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-hari. (Al-Maslahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam)
- Id CloudHost, «*Multi Level Marketing (MLM) : Sejarah, Pengertian, Konsep, Keunggulan, dan Tips & Triknya.*» 13 September, 2021. <https://idcloudhost.com/multi-level-marketing-mlm-sejarah-pengertian-konsep-keunggulan-tips-triknya/>
- <https://cekbpom.pom.go.id/home/produk/t8eokud3qrf52foiep9fdptoe5/11>
- Info APLI, artikel di akses pada 5 Oktober 2021 di <http://apli.or.id>
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah (dari halal-haram, kiat berwirausaha, sampai dengan pengelolaannya)*. Depok: Qultum Media, 2005.
- M. Sulaeman Jajuli. Neorpricing dan Etika Bisnis Islam. (Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat. Volume 3, No. 2, 2020.
- Mardalis, Ahmad , Nur Hasanah, *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Um Surakarta, No. 1, 2016.
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitria. *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, No. 2, (2016): <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/47/46>
- Marketing plan 7 bonus utama. Di akses di <https://slidetodoc.com/sesi-3-marketing-plan-7-bonus-utama-omset>
- Muhammad bin Ali al-Syaukani, *Nail al-Awthar min Asrar Muntaqa al-Akhbar*. Riyadh: Dar Ibn al-Qayyim, jilid. 6, 2004.

- Muhammad bin Islamil bin Ibrahim bin Al-Mughirah al-Bukhairiy. *Al-Jami' al-Shahih*, Kahirah: Dar al-Sya'bi, Juz 3, 1987.
- Mushaf az-Zikru, *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Penerbit Wali, 2010.
- Nul Hakim, Lukman. *Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit*. aspirasi, No 2, 2013.
- Ruslan. *Ayat-Ayat Ekonomi Makna Global dan Komentar*. Banjarmasin: IAIN Antasi Press, 2014.
- Susanto, Burhanuddin. *Tingkat Penggunaan Multi Akad dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)*, Al-ahkam, No. 1, (2016): 209-211. <http://dx.doi.org/10.19105/al-ihkam.v11i1.862>
- Syafe'i, Rachmat. *Transaksi Multi Akad Dalam Perspektif Fikih*. PTA Jawa Barat, diakses 8 Juli 2021, <https://pta-bandung.go.id>
- Tiens Indonesia, Membangun aset melalui 8 tahap, [singalangitjaya.weebly.com](http://singalangitjaya.weebly.com) di akses 27 oktober 2021
- Uman, Choirul. *Agama Menjawab Tentang Berbagai Masalah Abad Modern*. Surabaya: Menara Suci, 1994.
- Wardi Muslich, Ahmad. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2019.
- Yahya bin Syaraf al-Nawawi, *Shahih Muslim bi Syarh Al-Nawawi*. Kairo: al-Mathba'ah al-mashriyyah bi al-Azhar, jilid 10, 1929.
- Yunia Fauzia, Ika. *Akad Wakalah Dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online*
- Yunus, M. *Hybrid Contract (Multi Akad) Dan Implementasinya di Perbankan Syariah*. Tahkim: Jurnal Peradaban dan hukum Islam, No. 1, 2019.

## LAMPIRAN



Wawancara dengan Dewan Pengawas Syariah



Wawancara dengan Stokis Tiensi Ovi



Wawancara dengan Kamaruddin

A: Akad apa saja yang digunakan dalam multi level marketing untuk mendapatkan sertifikasi syariah ?

B: sebetulnya untuk memahami mlm tidak langsung akadnya apa, tapi begini caranya karena mlm itu satu hal yang baru dalam konteks bisnis syariah itu hal yang baru, kalo dalam akad itu kan di istilahkan dengan ghairru musamma, akad yang belum ada sebelumnya. Meskipun boleh jadi akad dasarnya itu sudah ada jadi membentuk sebuah bentuk mlm kan itu belum ada, nah karena belum ada apa sikap yg harus di ambil. Kita perlu memahami hukumnya itu yang pertama dilihat dari hukum asal mlm itu apa, nah hukum asalnya adalah boleh tapi mejadi tidak boleh ketika mengandung unsur-unsur yang dilarang, nah unsurnya itu apa?

A: seperti maysir, gharar, dkk

B: itukan ketentuan umum, apakah didalam mlml itu mengandung maysir tidak? Karena setiap mlm itu memiliki kasus yang berbeda-beda, sehingga tidak bisa dilakukan generalisir itu. Dan setiap mlm dapat menggunakan akad yang berbeda-beda maka dari itu tidak dapat digeneralisir. Sampeyan neliti mlm apa?

A: tiensi pak

B: berarti dilihat dulu di tiensi itu seperti ini, boleh jadi tiensi itu berbeda dengan mlm di tempat lain karena bermacam2. Cara meneliti itu kita melihat apa yang keliru disini. Pertama dilihat yang dipasaran itu apa, di mlm itu ada pola yang mana di pasarkan itu barang kemudian yang direkrut itu orang. Jika misalnya tiensi itu bisnisnya adalah menjual barang tapi kemudian mlm itu lebih identik dg pemberian bonus, kemudian di diberikan persyaratan bahwa bonus akan diberikan ketika berhasil merekrut sekian orang betul?

A: betul

B: betul tidak jika sistemnya seperti itu jika keuntungan didasarkan pada merekrut orang?, apakah kemudian merekrut orang ada identik dengan nilai penjualan?

A: belum tentu

B: berarti salah atau benar ketika bonus dikaitkan dengan jumlah perekrutan, kalo didasarkan pada prestasi akadnya didasarkan pada jualan. Jika diperusahaan yang menjual barang kemudian bonusnya didasarkan pada perekrutan maka benar atau salah itu ?

A: salah

B: maka ini sudah menjadi salah satu masalah, tiensi ini menjual barang akan dikatakan berprestasi ketika menjual barang, bukan merekrut orang, ini konsep dasarnya. Mlm itu lebih identik dengan bonus itu akad yang lebih mendakati adalah akad jualan tetapi dalam praktiknya sebuah mlm ini apakah cocok menerapkan jualan ? jualan itu didasarkan pada apa? Maka harus dibedakan antara produk dan pelayanannya. Kalo tiensi ini adalah memasarkan barang, maka semestinya orang mendapatkan bonus pada volume penjualan barang, yang mana core bisnis nya didasarkan pada penjualan bukan merekrut orang. Akad dasarnya sperti itu. Dengan hal tersebut maka muncul lagi persoalan dengan adakalanya pembelian barang dilakukan bukan atas dasar kebutuhan, tapi atas dasar mengejar bonus, nah jika untuk mengejar bonus kira-kira bisa tidak menjebak pada berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi, kemudian berikutnya memungkinkan tidak jika terjadinya rekayasa? Memungkinkan misalnya saya ada keterbatasan tidak mungkin saya bisa beli seratus unit, kemudian saya menggunakan nama orang untuk membeli produk yang mana tujuan nya untuk bonus, kemudian boleh tidak membeli barang dengan niat mendapat bonus ? khawatirnya tujuannya adalah membeli uang dengan uang meskipun ada barang, meskipun dilihat dari lahiriyahnya akad itu dilihat dari formalnya “saya ini beli barang” tapi ketika saya beli barang niatnya untuk mendapat hadiah, muncul masalah mb jika ini dilihat dari fikih sementara dalam islam itu jika kita bicara masalah hukum ekonomi syariah bicara tentang akad, prioritas, etika, membeli barang kemudian tidak digunakan itu scara etika boleh

atau tidak? Kan tidak sesuai pada kebutuhan, kalau anada syariah terfokus pada akad dan transaksi syariah saja kan, kemudian berikutnya untuk harga konsumen itu ditambah dengan harga komisi, sebetulnya jika terkait dengan harga pada prinsipnya bebas, seorang penjual dapat menjual barang dengan keuntungan 100% dan tidak masalah karena tidak ada batasan secara kuantitatif, yang menjadi masalah adalah batasan-batasan moralitas. Biaya produk di mlm kan tinggi-tinggi padahal biaya promosi tidak ada, pajak juga tidak kelihatan tapi kemudian kok ternyata harganya tinggi sekali, kemungkinan ini terjadi karena harga adalah harga jual+komisi, jadi jika harga jual+komisi artinya begini sampeyan beli dengan bisa menjual sekian, anda akan saya beri komisi sekian. harga itu ditentukan pada prinsipnya kebebasan selama tidak ada manipulasi kemudian harga berdasarkan supply dan demand penawaran dan permintaan, tidak boleh ada manipulasi, kemudian jika harganya seratus kemudian naik hingga harganya tiga ratus hanya untuk bonus, itu kan artinya begini anda membeli dengan harapan untuk mendapatkan bonus yang menyebabkan anda tertipu berarti berani tidak anda mengatakan didalam ada manipulasi harga. Maka dengan itu perlu adanya prinsip tentang harga perlu diluruskan kembali. Konsep larangan yang disebut dengan ghabn atau mark up yang berlebih-lebihan,

A: lalu pak dalam perekrutan nya itu bisa tidak ini dimasukkan dalam kategori samsarah atau makelar?

B: jadi begini jika para agen ini bisa menjual itu bukan samsarah, jadi dalam fikih itu ada makelar ada wakil. Samsarah atau makelar secara fikih itu tidak bisa melakukan akad jual perannya hanya mempertemukan kedua belah pihak yang bisa menjual adalah wakil maka seorang apakah itu downline atau dalam mlm itu kalo dia ingin menjual posisinya apa dan akadnya harus jelas wakil dari milik barang itu baru dia bisa menjual atau kemudian ini bisa jadi mereka ini menjual atas barang yang mereka beli, yang mana dalam praktik mlm ini kebanyakan seperti itu baru kemudian di jual. Jadi karena kita membeli dan disebut dengan anggota kita

mendapat harga yang telah diturunkan padahal belum tentu. Yang mana seperti tadi itu mungkin terjadinya rekayasa harga. Kalo dilihat secara lahiriah ketika saya beli kemudian saya jual maka boleh tida? Tentunya boleh karena barang ini milik saya dan terlepas dari itu semua. Kalau seperti itu tidak masalah. Jadi kemungkinan praktik mlm itu menjual dan makelar itu tidak bisa menjual, kemudian jika dia wakil dia memang bisa menjual tapi dia terikat dengan akad wakalah dengan harga, keuntungan, dengan pemilik atau boleh jadi yang bersangkutan karena dia sudah membeli terlebih dahulu. Jadi dilihat dan dirinci bagaimana cara membagi bonus, menetapkan harga, menjualnya, nah itu kemudian turut menentukan hukum dari mlm itu bagaimana. termasuk juga terkait dengan poin, nah terkait itu perlu diperjelas lagi didapat karena penjualan langsung atau dari rekrutmen anggota. Jika penjualan langsung tidak masalah karena menggunakan akad jualah, dan bukan dari rekrutmen. Kemudian yang kedua, dia dapat bonus dari downline ini akadnya akad apa? kalo saya akadnya dalam sebuah perusahaan itu ada direktornya tapi akadnya ini kan akad ijarah atau akad sewa yang dibawa ini dipekerjakan untuk kerja yang kemudian digajih. Tapi kerja direktur tidak sama dengan kerja karyawan. Jadi dalam mmlm itu apakah sama sistem tersebut atau apakah dengan merekrut 10 orang saya sudah bisa kerja kemudian hanya diam saja, dan ketika mereka mendapatkan penjualan saya juga dapat apakah seperti itu upline turut mendapatkan bonus dari penjualan. Dan jika dari suatu sistem perusahaan seperti direktur, manajer, supervisor, dan bawahan itu merupakan suatu sistem dalam satu kesatuan. Tapi apakah sistem yang digunakan dalam mmlm itu memiliki peran dan satu kesatuan sistem yang sama kan ya belum tentu. Sejauh mana downline ini bekerja dan upline tetap mendapatkan bonus meskipun upline tidak bekerja. Karena tidak ada kejelasan antara tim kerja dan pembagiannya dan dalam mmlm merupakan bukan ikatan yang mengikat.