

**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)**

(Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)

SKRIPSI

oleh:

Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu

18220092



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2022

**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)**

(Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)

SKRIPSI

oleh:

Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu

18220092

Pembimbing:

Dr. Suwandi, M.H.

NIP 196104152000031001



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi di Kota Batam
Provinsi Kepulauan Riau)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali disebutkan referensinya secara benar. Jika dikemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, atau duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau Sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang saya peroleh karenanya batal demi hukum.

Malang, 28 Juli 2022

Penulis



Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu

NIM 18220092

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Izza Maulidha Septa Ning Wahyu NIM: 18220092 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi di Kota Batam
Provinsi Kepulauan Riau)**

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

Malang, 22 Juli 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.H.I
NIP. 197408192000031002

Dosen Pembimbing



Dr. Suwandi, M.H.
NIP. 196104152000031001



BUKTI KONSULTASI

Nama : Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu
Nim : 18220092
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Suwandi, M.H.
Judul Skripsi : **BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)**

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1.	Senin, 13 Desember 2021	Proposal Skripsi	
2.	Jum'at, 14 Januari 2022	Revisi Proposal	
3.	Rabu, 26 Januari 2022	Acc Proposal	
4.	Kamis, 7 April 2022	Revisi BAB I, BAB II, BAB III	
5.	Rabu, 13 April 2022	Revisi BAB I, BAB II, BAB III	
6.	Kamis, 28 April 2022	Revisi BAB I, BAB II, BAB III	
7.	Rabu, 1 Juni 2022	BAB IV dan BAB V	
8.	Senin, 13 Juni 2022	Revisi BAB IV dan BAB V	
9.	Selasa, 28 Juni 2022	Revisi BAB IV dan BAB V	
10.	Rabu, 29 Juni 2022	ACC BAB IV, BAB V, Abstrak	

Malang, 22 Juli 2022

a.n Dekan

Ketua Program Studi HES

Dr. Fakhruddin, M.HI

NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu, NIM 18220092, mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN

MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN

LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)

(Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)

Telah dinyatakan **LULUS** dengan nilai (**A**)

Dewan Penguji:


1. Dra. Jundiani, S.H., M.Hum.
NIP. 196509041999032001

()
Ketua

2. Dr. Suwandi, M.H.
NIP. 196104152000031001

()
Sekretaris

3. Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.H.
NIP. 196807152000031001

()
Penguji Utama

PENGESAHAN SKRIPSI

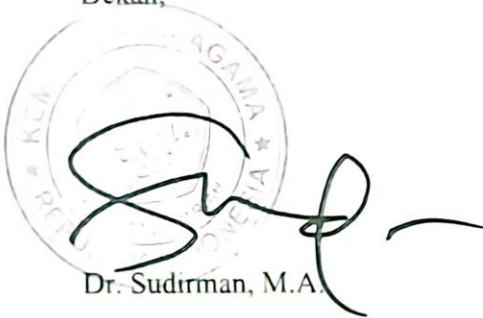
Dewan Penguji Sripsi saudara/i Izza Maulidha Saptaning Wahyu, NIM 18220092, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN
LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
(Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai:

Malang, 20 September 2022

Dekan,



Dr. Sudirman, M.A.

NIP. 197708222005011003

MOTTO

... لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ...

“...Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan tidak boleh dizalimi orang lain...”

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, la Hawl wala Quwwata illa bi Allah al-aliyy al-adhim, dengan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian yang berjudul “Bisnis C-Voucher Oleh Go-Champ Perspektif Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)” dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses terselesaikannya skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H.M Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Kepala Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Majelis Penguji skripsi ini, antara lain: Dra. Jundiani, S.H., M.Hum. selaku Ketua Penguji, Dr. Suwandi, M.H. selaku Sekretaris Penguji, dan Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.H. selaku Penguji Utama.
5. Dr. Suwandi, M.H., selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
6. Dr. Khoirul Hidayah, M.H., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Segenap dosen Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Pihak GoChamp, Bapak Aditya dan narasumber-narasumber lainnya yang sudah berkenan membantu penulis dalam pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ismail dan Ibu Uswatun Hasanah yang tak pernah putus do'a, harapan, usaha dan biayanya untuk mengantarkan penulis sampai dititik saat ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu sehat dan diberi ketenangan di masa tua kalian berdua. Terimakasih banyak sudah melahirkan saya dan mempercayai setiap langkah yang anakmu ambil.
10. Para pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas segala bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Semoga apa yang telah penulis peroleh selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini, bisa bermanfaat. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat walaupun sedikit bagi para pihak yang membacanya.

Malang, 28 Juli 2022

Penulis,

Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu

NIM 18220092

PEDOMAN LITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindahalihan tulisan 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 berstandart internasional, 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.

B. Konsonan

ا	= Tidak dilambangkan	ض	= dl
ب	= b	ط	= th

ت	= t	ع	=‘(koma menghadapkeatas)
ث	= ts	غ	= gh
ج	= j	ف	= f
ح	= h	ق	= q
خ	= kh	ك	= k
د	= d	ل	= l
ذ	= dz	م	= m
ر	= r	ن	= n
ز	= z	و	= w
س	= s	ه	= h
ش	= sy	ي	= y
ص	= sh		
ظ	= dh		

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambing “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal fathah ditulis dengan “a”, kasrah dengan “i”, dlommah dengan “u”, sedangkan bacaan panjanag masing – masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = â misalnya قَالَ menjadi *qâla*

Vokal (i) panjang = î misalnya قِيلَ menjadi *qîla*

Vokal (u) panjang = û misalnya دُونَ 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 dengan suara diftong, wawu dan ya’ setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = و misalnya قَوْل menjadi *qawlun*

Diftong (ay) = ي misalnya خَيْر menjadi *khayrun*

D. Ta’marbûthah (ة)

Ta’marbûthah ditranslasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat. Tetapi apabila ta’marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditranslasikan dengan menggunakan “h” misalnya للمدرسة الرسالة menjadi *al-risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah – tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditranslasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya هَلَا رَحْمَةٌ فِي menjadi *fi rahmatillâh*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

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

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan ...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...
3. *Masyâ Allâh kâna wa mâ lam yasya' lam yakun.*
4. *Billâh 'azza wa jalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut:

“...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun ...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa

Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata – kata tersebut sekaalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-Rahmân Wahîd,” “Amîn Raîs,” dan bukan ditulis dengan “*shalât*”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN LITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
ملخص البحث	xxi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Operasional	10
F. Batasan Penelitian	11
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	21
1. Konsep Jual Beli Dalam Islam	21
2. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)	26
a. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang / Multi Level Marketing.....	26
b. Konsep Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).....	28

c. Kriteria Multi Level Marketing Syariah	32
d. Kriteria Produk Yang Dipasarkan	36
e. Prinsip dan Orientasi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.....	41
3. Fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)	44
a. Pengertian Fatwa.....	44
b. Latar Belakang Penetapan Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).....	45
c. Fatwa MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).....	46
BAB III	63
METODE PENELITIAN	63
A. Jenis Penelitian	63
B. Pendekatan Penelitian	64
C. Lokasi Penelitian	64
D. Metode Penetapan Populasi dan Sampel	64
E. Sumber Data	66
F. Metode Pengumpulan Data	67
G. Metode Pengolahan Data	68
BAB IV	70
PAPARAN DAN ANALISIS DATA	70
A. Bisnis C-Voucher GoChamp	70
B. Marketing Plan Bisnis C-Voucher GoChamp	73
C. Analisis Data dan Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)	
78	
BAB V	110
PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
Lampiran	116

ABSTRAK

Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu 18220092, **Bisnis C-Voucher Oleh Go-Champ Perspektif Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)**. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Dr. Suwandi, M.H.

Kata Kunci: C-Voucher, Fatwa DSN MUI, Go-Champ, Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Munculnya isu praktik *Money Game* dalam bisnis MLM yang menjadi salah satu bisnis populer dikalangan masyarakat Indonesia, menimbulkan kontroversi dikalangan masyarakat terkait kehalalannya. Salah satu bisnis MLM yang tidak luput dari kontroversi tersebut yaitu bisnis C-Voucher oleh GoChamp yang cukup populer dikalangan masyarakat Batam, Kepulauan Riau. Fokus dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mekanisme bisnis penjualan C-Voucher yang diterapkan oleh GoChamp untuk dikaji berdasarkan perspektif Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS).

Penelitian ini termasuk jenis penelitian yuridis-empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan melalui wawancara dan dokumentasi. Terdapat 5 tahapan untuk teknis pengolahan data dalam penelitian ini yaitu, edit, klasifikasi, pemeriksaan, analisis, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis C-Voucher oleh GoChamp merupakan bisnis MLM dengan model *marketing plan* seperti bisnis MLM pada umumnya. Adapun keberadaan komisi yang diperoleh oleh anggota/member GoChamp merupakan hasil dari adanya prestasi dalam penjualan C-Voucher baru oleh anggota yang baru. Selain itu adanya beberapa jaminan terkait penukaran C-Voucher yang diberikan oleh Go-Champ dan *Stockistnya* kepada konsumen telah memenuhi ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS), untuk menghindari adanya kamufase produk yang dipasarkan oleh suatu bisnis MLM yang berdampak pada terjadinya praktik *Money Game*.

Bisnis penjualan C-Voucher oleh Go-Champ akan lebih baik lagi jika menegaskan terkait jaminan kehalalan produk oleh *Stockistnya* agar dapat semakin memenuhi aturan yang ada dalam Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS).

ABSTRACT

Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu 18220092, **C-Voucher Business By Go-Champ Perspective Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Concerning Guidelines for Sharia Tiered Direct Salling (PLBS) (Study In Batam City, Riau Islands Province)**. Skripsi. Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, State Islamic University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor: Dr. Suwandi, M.H.

Keywords: C-Voucher, Fatwa DSN MUI, Go-Champ, Sharia Tiered Direct Salling.

The emergence of the issue of Money Game practices in the MLM business, which has become one of the popular businesses among the Indonesian people, has caused controversy among the public regarding its halalness. One of the MLM businesses that has not escaped the controversy is the C-Voucher business by GoChamp which is quite popular among the people of Batam, Riau Islands. The focus and purpose of this study is to find out how the C-Voucher sales business mechanism applied by GoChamp is to be studied based on the perspective of DSN MUI Fatwa No: 75 / DSN-MUI / VII / 2009 concerning Guidelines for Shari'ah Tiered Direct Sales (PLBS).

This research belongs to the type of juridical-empirical research with a sociological juridical approach. The data sources in this study are primary data and secondary data with collection methods through interviews and documentation. There are 5 stages for technical data processing in this study, namely, edit, classification, examination, analysis, and conclusion.

The results of this study show that the C-Voucher business by GoChamp is an MLM business with a marketing plan model like the MLM business in general. The existence of commissions earned by GoChamp members is the result of achievements in the sale of new C-Vouchers by new members. In addition, there are several guarantees related to the exchange of C-Vouchers provided by Go-Champ and its Stockists to consumers that have fulfilled the provisions in DSN MUI Fatwa No: 75 / DSN-MUI / VII / 2009 concerning Guidelines for Shari'ah Tiered Direct Sales (PLBS), to avoid camouflage of products marketed by an MLM business which has an impact on the occurrence of Money Game practices.

The business of selling C-Vouchers by Go-Champ will be even better if it confirms the guarantee of halal products by its Stockist in order to further comply with the existing regulations in the DSN MUI Fatwa No: 75 / DSN-MUI / VII / 2009 concerning Guidelines for Shari'a Tiered Direct Sales (PLBS).

ملخص البحث

عزّ موليدا سابتا نينغ وحي ١٨٢٢٠٠٩٢ , C-Voucher مهنة ب Go-Champ المنظور فتوى DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 بشأن المبادئ التوجيهية للشريعة الإسلامية المتدرجة المباشرة (PLBS) (دراسة في مدينة باتام بمقاطعة جزر رياو). سكريسي. قسم الشريعة والقانون الاقتصادي، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانغ، المشرف: د. سواندي، ماجستير

الكلمات المفتاحية: الملوحة المباشرة المتدرجة بموجب الشريعة ، فتوى MUI DSN , C-Voucher ، Go-Champ

تسبب ظهور قضية ممارسات Money Game في أعمال الامتيازات والرهن البحرية ، التي أصبحت واحدة من الشركات الشائعة بين الشعب الإندونيسي ، في جدل بين الجمهور فيما يتعلق بحلالها. واحدة من شركات الامتيازات والرهن البحرية التي لم تفلت من الجدل هي أعمال C-Voucher من GoChamp التي تحظى بشعبية كبيرة بين سكان باتام ، جزر رياو. ينصب تركيز هذه الدراسة والغرض منها على معرفة كيفية دراسة آلية أعمال مبيعات C-voucher التي تطبقها GoChamp بناء على منظور فتوى DSN MUI رقم: 75 / 2009 / VII / DSN-MUI بشأن المبادئ التوجيهية للمبيعات المباشرة المتدرجة للشريعة الإسلامية (PLBS).

ينتمي هذا البحث إلى نوع البحث القانوني التجريبي مع منهج قانوني اجتماعي. مصادر البيانات في هذه الدراسة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية مع طرق الجمع من خلال المقابلات والتوثيق. هناك ٥ مراحل لمعالجة البيانات الفنية في هذه الدراسة، وهي التحرير والتصنيف والفحص والتحليل والاستنتاج.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن أعمال C-Voucher من GoChamp هي شركة امتيازات والرهن البحرية مع نموذج خطة تسويقية مثل أعمال الامتيازات والرهن البحرية بشكل عام. إن وجود العملات التي حصل عليها أعضاء GoChamp هو نتيجة للإنجازات في بيع C-voucher الجديدة من قبل الأعضاء الجدد. بالإضافة إلى ذلك ، هناك العديد من الضمانات المتعلقة بتبادل C-Voucher المقدمة من Go-Champ ومخزونها للمستهلكين الذين استوفوا الأحكام الواردة في فتوى DSN MUI رقم: 75 / 2009 / VII / DSN-MUI فيما يتعلق بالمبادئ التوجيهية للمبيعات المباشرة

المتدرجة في الشريعة الإسلامية (PLBS) ، لتجنب تمويه المنتجات التي يتم تسويقها من قبل شركة الامتيازات والرهن البحرية التي لها تأثير على حدوث ممارسات لعبة المال.

سيكون عمل بيع C-voucher من Go-Champ أفضل إذا أكدت ضمان المنتجات الحلال من قبل الخازن الخاص بها من أجل زيادة الامتثال للوائح الحالية في فتوى DSN MUI رقم: 75 / - DSN MUI / VII / 2009 بشأن المبادئ التوجيهية للمبيعات المباشرة المتدرجة بموجب الشريعة الإسلامية (PLBS).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama komprehensif dimana ia mencakup dan mengatur segala aspek kehidupan umat muslim. Aturan dalam aspek kehidupan umat muslim tersebut diantaranya meliputi aspek ibadah, akhlak dan mu'amalah. Kegiatan mu'amalah, utamanya jual beli dalam syariat Islam pada dasarnya telah diatur sedemikian rupa dengan rambu-rambu yang menjadi anjuran serta batasan dalam pelaksanaannya. Diantara berbagai macam anjuran serta batasan yang ditetapkan dalam proses berlangsungnya jual beli tersebut, salah satunya tertuang dalam firman Allah Swt dalam Al-Qur'an Surah Al-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*¹

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 47.

Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَا مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة)

Artinya: “Barang siapa menipu kami, maka ia tidak termasuk golongan kami” (Hadist Nabi Riwayat Muslim dari Abi Hurairah)²

Dari sekian banyaknya bisnis yang mewarnai sektor perekonomian di negara ini dengan berbagai konsep dan sistemnya yang berbeda-beda, bisnis dengan sistem Penjualan Berjenjang atau biasa disebut dengan *Multi Level Marketing* (MLM) menjadi salah satu sistem bisnis yang beberapa tahun terakhir marak diperbincangkan dikalangan masyarakat Indonesia, beberapa di antaranya seperti bisnis MLM Amway, Herbalife, Oriflame, Tupperware hingga Nu Skin.³

Efektifitas model bisnis MLM yang dapat dijadikan sebagai suatu bentuk usaha sampingan dan juga waktu kerja yang relative fleksibel serta adanya perolehan bonus membuat bisnis ini menjadi bisnis yang banyak digemari masyarakat dari berbagai kalangan. Sehingga, tidak dapat dipungkiri, bisnis Penjualan Berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM) cukup berperan aktif dalam keikutsertaannya untuk menggerakkan roda perekonomian masyarakat.

Selain disebabkan karena banyaknya kemudahan dan fleksibilitas yang ditemukan pada model bisnis Penjualan Berjenjang atau MLM, kepopuleran bisnis

² Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 807-808.

³ Reza Iqbal, “7 Bisnis MLM Paling Populer di Indonesia”, *IDN Times*, 10 April 2018, diakses 16 September 2022, <https://www.idntimes.com/business/economy/reza-iqbal/bisnis-mlm-terpopuler-di-indonesia?page=all>

ini juga didukung dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada laju perkembangan atas pembentukan suatu jaringan dalam suatu bisnis atau yang biasa dikenal dengan *network marketing*, yang mana pembentukan jaringan ini dapat dikatakan menjadi salah satu unsur terpenting dari suatu bisnis yang menerapkan model MLM.

David Roller dalam bukunya yang berjudul *How to Make Big Money in Multi Level Marketing, Menjadi Kaya dengan Multi Level Marketing*, mendefinisikan *Multi Level Marketing* sebagai suatu sistem dimana sebuah induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya melalui suatu jaringan yang dimiliki oleh sekelompok orang dalam suatu bisnis independent, dan orang-orang tersebut kemudian mensponsori orang lainnya untuk tujuan agar membantu dalam mendistribusikan barang atau jasanya.⁴ Berdasarkan definisi ini, dapat dipahami bahwa bisnis MLM merupakan suatu bisnis yang memiliki suatu barang atau jasa yang didistribusikan dimana pendistribusian barang ini menggunakan sistem berjenjang dari satu distributor kepada distributor dibawahnya dan seterusnya hingga terbentuk suatu jaringan atau *network marketing*.

Dari ratusan bisnis dengan sistem Penjualan Berjenjang atau MLM yang telah tersebar dan sukses menjalankan bisnisnya di Indonesia, banyak isu bermunculan terkait beberapa Penjualan Berjenjang atau MLM yang kerap dijadikan kamufase dari suatu bisnis yang mempraktikkan *money game*. Hal ini

⁴ David Roller, *How to Make Big Money in Multi Level Marketing, Menjadi Kaya dengan Multi Level Marketing, Terjemahan Waskito, Cet. Ke-2*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), 3.

dilatarbelakangi karena keberadaan barang atau jasa yang didistribusikan hanya berperan sebagai kamufase saja, yang mana pada kenyataan sebenarnya perolehan *passive income* yang diterima anggota atau member tak lain adalah hasil dari praktik *money game* yang berkedok MLM. Isu ini semakin didukung dengan banyaknya perusahaan MLM yang kabur setelah meraup banyak keuntungan, sehingga banyak bermunculan keluhan dari anggota atau member yang merasa ditipu oleh bisnis tersebut. Beberapa bisnis MLM yang tidak luput dari terpaan isu tersebut antara lain MLM Infinity Moment, D4F (Dream for Freedom), Eco Racing dan beberapa bisnis MLM lainnya.⁵

Adanya kenyataan ini memang tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak bisnis MLM diluar sana yang menjalankan bisnisnya secara sehat, akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa akibat dari munculnya kasus-kasus penipuan terkait bisnis MLM ini juga mengakibatkan kegelisahan dikalangan masyarakat luas utamanya terkait kehalalan bisnis MLM yang tengah marak. Maka, atas dasar inilah, pada tanggal 25 Juli 2009, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan ketetapan tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang dituangkan dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009. Dalam fatwa ini tertuang 12 syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan Penjualan Berjenjang

⁵ Khansa Khairana, "Pengawasan OJK Terhadap Bisnis Multi Level Marketing", *Kompasiana*, 18 Oktober 2017, diakses 16 September 2022, https://www.kompasiana.com/khansakhairina/59e72b8b147f96253610d272/pengawasan-ojk-terhadap-bisnis-multi-level-marketing?page=2&page_images=1

atau MLM yang ingin mendapatkan sertifikasi syariah dari MUI, salah satunya adalah perusahaan Penjualan Berjenjang tidak melakukan praktik *money game*.⁶

Definisi *money game* dalam Pasal 9 Ketentuan Umum Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang PLBS adalah “*Penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan*”. Dari definisi ini, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya salah satu syarat pelaksanaan bisnis MLM adalah terletak pada produk barang atau jasa yang dijual bukan merupakan kamufase belaka, sehingga produk tersebut harus mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan. Adapun kriteria produk barang atau jasa menurut Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah sebagai berikut:⁷

- a. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- b. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

⁶ Pasal 12 Ketentuan Hukum Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

⁷ Pasal 2-3 Ketentuan Umum Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

GoChamp sebagai salah satu bisnis yang bergerak di bidang penjualan produk voucher belanja digital yang disebut dengan C-Voucher, merupakan salah satu pelaku bisnis yang cukup populer dibicarakan di kalangan masyarakat Batam. GoChamp merupakan aplikasi penjualan voucher belanja digital dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama, yang memiliki anggota atau member yang terbilang cukup banyak, dimana mereka menamakan diri sebagai komunitas Go-Champion. Sebagai salah satu bisnis yang terbilang cukup populer dikalangan masyarakat Batam, selain mengeluarkan produk utama berupa C-Voucher, GoChamp juga memiliki beberapa produk lainnya yaitu C-Pay, C-Cah, C-Points, C-Ticket, C-Gold, C-Token, C-Shares, dan C-Stocks.

C-Voucher sebagai produk utama GoChamp adalah bentuk digital voucher belanja yang klaimnya dapat ditukarkan di outlet-outlet yang telah menjadi mitra dari GoChamp. Dengan demikian, diantara berbagai produk yang dikeluarkan oleh Go-Champ, C-Voucher merupakan produk yang paling digemari oleh konsumen, serta produk yang keberadaannya menghubungkan GoChamp, mitra dan konsumennya, sehingga posisinya sebagai produk utama memang memiliki peran yang cukup penting dalam berjalannya bisnis ini.

Sebagai salah satu bisnis dengan suatu komunitas berjumlah ribuan anggota yang telah tersebar di beberapa daerah selain Kota Batam, jumlah outlet sebagai tempat penukaran voucher belanja ini masih tergolong sedikit sebab outlet-outlet GoChamp kebanyakan bertitik di pusatnya, yakni kota Batam. Atas dasar fakta ini, maka tidak menutup kemungkinan bahwa keberadaan C-Voucher ini menjadi barang yang sia-sia sebab pemegang C-Voucher tidak bisa menukarkan vouchernya

di outlet GoChamp karena terkendala jarak yang jauh antar tempat outlet berada dengan tempat tinggal pemegang voucher. Sehingga dengan keadaan seperti ini, maka ada kemungkinan bahwa keberadaan C-Voucher ini dapat berstatus sebagai barang yang *ma'dum* atau fiktif dikarenakan ada atau tidaknya voucher ini, si pemegangnya tidak dapat menukarkannya sehingga kemungkinan voucher ini menjadi barang yang sia-sia sangat besar.

Berdasarkan keadaan tersebut, GoChamp tidak luput dari sorotan publik terkait isu *money game* yang tengah gencar terjadi ditengah-tengah masyarakat. Hal ini selain didasarkan pada keberadaan C-Voucher yang dianggap barang yang *ma'dum*, juga menyorot transaksi pembelian C-Voucher yang harganya tidak sepenuhnya ditukar dengan C-Voucher, akan tetapi terbagi-bagi untuk keperluan seperti pendaftaran, sumbangan ke member lain, pengembangan fasilitas dan lain sebagainya. Bagi masyarakat awam yang tidak mengerti terkait bagaimana suatu sistem bisnis bekerja akan sangat mudah terpengaruhi berita-berita dari luar secara cepat. Hal ini tentu saja perlu ditelaah lebih dalam agar tidak ada satupun pihak yang merasa dirugikan, baik dari pihak masyarakat sebagai anggota GoChamp, maupun GoChamp sendiri sebagai suatu bisnis yang berada dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama.

Atas dasar-dasar fakta dan persoalan-persoalan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terkait bagaimana mekanisme penjualan C-Voucher pada bisnis GoChamp untuk menemukan kedudukan C-Voucher sebagai produk yang diperjualbelikan dalam bisnis GoChamp perspektif Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung

Berjenjang Syariah (PLBS) yang notabennya dikeluarkan untuk menjawab isu-isu terkait bisnis Penjualan Berjenjang atau MLM yang beredar di masyarakat, dengan judul **“Bisnis C-Voucher Oleh GoChamp Perspektif Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme bisnis penjualan C-Voucher yang diterapkan oleh GoChamp?
2. Bagaimana bisnis penjualan C-Voucher oleh GoChamp perspektif Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian tentang judul diatas mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana mekanisme bisnis penjualan C-Voucher oleh GoChamp
2. Untuk menjelaskan bagaimana bisnis penjualan C-Voucher yang diterapkan oleh GoChamp perspektif Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS).

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini ada 2, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wahana untuk mengembangkan pemikiran dalam kanzah keilmuan Hukum Ekonomi Syari'ah, terutama yang berkaitan dengan jual beli yang dilarang dalam syariat Islam seperti jual beli dengan praktik *money game* dalam perspektif Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS). Penelitian ini juga diharapkan agar dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menggali informasi-informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik, serta diharapkan dapat membantu masyarakat untuk belajar dan memahami maksud dari penelitian ini. Mampu memberikan gambaran, menjadi informasi dan pengetahuan bagi pelaku usaha dan konsumen yang lebih baik tentang bagaimana transaksi jual beli dan praktik bisnis dengan tujuan sosial yang sehat dan sesuai dengan konsep Hukum Ekonomi Syariah agar suatu lembaga atau kelompok benar-benar memiliki kredibilitas atas dasar syariah yang sesungguhnya.

E. Definisi Operasional

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas demi menghindari kesalah pahaman, maka dipaparkan definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bisnis C-Voucher oleh GoChamp

a. Bisnis

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan tujuan untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang kemudian dijual atau didistribusikan guna memperoleh keuntungan (profit).⁸

b. C-Voucher

C-Voucher adalah voucher belanja digital yang dikeluarkan oleh GoChamp sebagai produk utamanya dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama.

c. GoChamp

GoChamp adalah sebuah aplikasi yang dikeluarkan oleh PT. Juara Usaha Bersama, yang mana aplikasi ini merupakan aplikasi penjualan produk utama berupa voucher belanja digital atau yang biasa disebut dengan C-Voucher.

2. Fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS).

Peraturan atau petunjuk bagi pelaku ekonomi syariah terkait penjualan langsung berjenjang atau biasa disebut dengan MLM (*Multi Level*

⁸ Lyandra Aisyah, *Pengantar Bisnis*, (Banten: UNPAM PRESS, 2019), 1.

Marketing) yang bertujuan agar tercapainya jual beli yang benar dan tidak mengandung unsur kerugian.

F. Batasan Penelitian

Penelitian ini membahas bagaimana sistem penjualan dalam bisnis C-Voucher oleh GoChamp dan bagaimana sistem ini berdasarkan perspektif Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS).

G. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan sistematika penulisan dalam skripsi ini terbagi kedalam lima bab yang didalamnya terbagi lagi kedalam sub bab. Hal ini bertujuan agar penulisan dan pembahasan dalam skripsi ini tersusun dengan baik dan sistematis yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, pada bab ini dijelaskan secara umum tentang isi dari penelitian yang didalamnya meliputi:

- a. Latar belakang masalah, yang didalamnya menguraikan keadaan atau hal-hal yang menjadi permasalahan dan ingin diteliti, serta penguraian terkait informasi aktual tentang kasus atau peristiwa yang menjadi perhatian penulis dalam penelitian.
- b. Rumusan masalah, adalah pertanyaan-pertanyaan terkait isu hukum dalam permasalahan yang diangkat penulis yang menjadi fokus dalam penelitian.
- c. Tujuan penelitian, merupakan hasil yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah.

- d. Manfaat penelitian, menjelaskan kegunaan dan manfaat yang akan diperoleh dari adanya penelitian yang penjabarannya disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.
- e. Definisi operasional, sub bab ini merupakan penjabaran secara umum terkait variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian yang keberadaannya dimaksudkan untuk menghindari adanya kesalahpahaman.
- f. Batasan penelitian, yang dimaksudkan untuk menghindari meluasnya pembahasan dalam penelitian sehingga peneliti dapat memfokuskan penelitian hanya pada variabel-variabel yang disebutkan dalam definisi operasional.
- g. Sistematika penulisan, sub bab ini menguraikan tentang sistematika pembahasan dalam penelitian.

BAB II: Kajian Pustaka, bab ini berisi pemikiran dan/atau konsep-konsep yuridis sebagai landasan teoritis untuk pengkajian dan analisis masalah yang nantinya dipergunakan dalam menganalisa setiap permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Landasan teori tersebut pada bab ini terbagi kedalam dua sub bab, yaitu:

- a. Penelitian terdahulu, yang berisi informasi tentang penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, dimana baik dalam substansial maupun metode-metode, mempunyai keterkaitan dengan permasalahan penelitian guna menghindari duplikasi dan menunjukkan keorisinilan penelitian.

b. Kajian teori, berisi pemikiran dan/atau konsep-konsep yuridis sebagai landasan teoritis untuk pengkajian dan analisis masalah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori yang menjadi dasar analisis mengenai bisnis *Multi Level Marketing* GoChamp, penjualan C-Voucher, serta Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Teori dikutip dari berbagai sumber seperti buku-buku, jurnal, undang-undang, *website*, maupun literatur lainnya yang mendukung penyusunan penelitian ini dalam melakukan pengkajian dan analisa.

BAB III: Metode Penelitian, Metode penelitian terdiri dari beberapa hal penting yang dijadikan pegangan penulis dalam melakukan penelitian, diantaranya: jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, metode penetapan populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data dan metode pengolahan data yang berfungsi sebagai patokan peneliti untuk melakukan penelitian dengan cara-cara atau metode yang ada dalam metode penelitian yang digunakan.

BAB IV: Paparan dan Analisis data, pada bab ini penulis memaparkan data-data yang telah diperoleh dalam penelitian dan menganalisis data tersebut dengan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penelitian yang telah dijabarkan dalam kajian pustaka.

BAB V: Penutup, bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian yang didalamnya terdiri dari dua sub bab, yaitu:

- a. Kesimpulan, adalah jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan.
- b. Saran, adalah usulan atau anjuran kepada pihak-pihak terkait yang memiliki keterkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Futuhul Islamiyah, 2018. “*Status Bonus Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Komparasi Fatwa DSN FATWA DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dan Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim)*”. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian terdahulu ini berusaha menjelaskan tentang status dan metode istinbath yang digunakan oleh MUI dan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim. Hasil dari penelitian terdahulu ini antara lain: 1) Fatwa MUI menyatakan bahwa status bonus yang diberikan oleh perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang kepada mitra usahanya itu hukumnya boleh dengan syarat ketika mencari pelanggan tidak menimbulkan *ighra'*. Sedangkan dalam Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim syarat mencari calon pembeli baru sejumlah orang tertentu justru menjadikan transaksi jual beli rusak (*fasid*), karena status akadnya *fasid*, maka bonus yang diberikan kepada mitra usaha adalah mutlak haram. 2) MUI dalam metode istinbath hukumnya menggunakan metode *qat'i* sedangkan LBM-Nahdlatul Ulama menggunakan metode *qauli*. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada jenis penelitian yang diambil. Peneliti terdahulu menggunakan jenis penelitian normative sementara penulis pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris. Selain itu perbedaan objek yang menjadi fokus dalam dua penelitian ini. Peneliti terdahulu berfokus

untuk mencari status bonus pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan mengkomparasikan dua sumber hukum yaitu antara Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dengan Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim, sementara dalam penelitian ini berfokus pada praktik bisnis dimana dalam hal ini merujuk pada kedudukan C-Voucher yang diperjualbelikan oleh GoChamp berdasarkan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada pengkajian mendalam terkait Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 untuk mencapai tujuan penelitian masing-masing.

Lailatul Qamariyah, 2018. *“Analisis Fatwa Dewan Syariaah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis MLM Syariah PayTren”*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian terdahulu ini berusaha memaparkan terkait detail dari praktik bisnis PayTren secara keseluruhan yang kemudian dianalisis dengan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa praktik bisnis MLM Syariah PayTren ialah diawali dengan mendaftar atau membeli lisensi pada aplikasi PayTren Official, lalu memanfaatkan fasilitas PayTren, selanjutnya berbagi manfaat PayTren dan yang terakhir member atau anggota akan mendapatkan komisi, cashback, serta reward dari perusahaan. Selain itu juga, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa praktik bisnis yang dijalankan oleh MLM Syariah PayTren telah sesuai dengan napa yang ada dalam ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Perbedaan penelitian terdahulu ini

dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada objek penelitian serta fokus dari penelitian itu sendiri. Dimana dalam penelitian terdahulu fokusnya tertuju pada sistem bisnis PayTren secara keseluruhan, sementara dalam penelitian ini hanya berfokus pada kedudukan C-Voucher sebagai objek yang diperjualbelikan dalam bisnis GoChamp. Adapun kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah digunakannya Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sebagai rujukan analisis hukum dari hasil penelitian yang diperoleh, juga adanya penggunaan aplikasi dalam sistem bisnis yang dijalankan.

Alfa Mu'nisatul Aniq, 2020. *“Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo”*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penelitian terdahulu ini berusaha menjawab kegelisahan penulis terkait keabsahan akad yang dilakukan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo sebagai MLM dan kedudukan bonus yang didapatkan dari akad ini ditinjau dari Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Hasil dari penelitian ini mendapatkan bahwasannya akad dan bonus pada bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo telah sesuai dengan ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN MUI. Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada objek yang menjadi fokus penelitian berbeda dimana pada penelitian terdahulu fokus penelitian adalah akad yang digunakan serta kedudukan bonus yang didapatkan dari akad tersebut. Sementara dalam penelitian ini penulis

memfokuskan pada praktik bisnis penjualan C-Voucher yang dilakukan oleh GoChamp. Adapun dalam pengkajian sistem bisnis pada penelitian ini tidak dapat luput dari keberadaan C-Voucher yang mana C-Voucher disini bukanlah bonus akan tetapi produk utama yang diperjual belikan oleh Go-Champion. Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis ini terletak pada Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 yang menjadi sumber hukum utama dalam melakukan analisis penelitian.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Futuhul Islamiyah. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2018)	<i>“Status Bonus Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Komparasi Fatwa DSN FATWA DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dan Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim)”</i>	Persamaan kedua penelitian ini terletak pada pengkajian mendalam terkait Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 untuk mencapai tujuan penelitian.	a. Jenis penelitian yang diambil. Peneliti terdahulu menggunakan jenis penelitian normatif sementara penulis pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris.

				<p>b. Objek yang menjadi fokus penelitian. Peneliti terdahulu berfokus untuk mencari status bonus dengan mengkomparasikan dua sumber hukum, sementara dalam penelitian ini berfokus pada praktik bisnis dimana dalam hal ini merujuk pada bisnis penjualan C-Voucher oleh GoChamp.</p>
2.	Lailatul Qomariyah. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel	<p><i>“Analisis Fatwa Dewan Syraiah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)</i></p>	<p>Digunakannya Fatwa DSN MUI No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada objek</p>

	Surabaya (2018)	<i>Nomor 75/DSN- MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis MLM Syariah PayTren”.</i>	Berjenjang Syariah (PLBS) sebagai rujukan analisis hukum dari hasil penelitian yang diperoleh, juga adanya penggunaan aplikasi dalam sistem bisnis yang dijalankan.	penelitian serta fokus dari penelitian. Dalam penelitian terdahulu fokusnya tertuju pada sistem bisnis PayTren secara keseluruhan, sementara dalam penelitian ini hanya berfokus pada kedudukan C-Voucher sebagai objek yang diperjualbelikan dalam bisnis GoChamp.
3.	Alfa Mu’nisatul Aniq. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2020)	<i>“Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN- MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Bisnis Multi</i>	Fatwa DSN MUI No. 75/DSN- MUI/VII/2009 yang menjadi sumber hukum utama dalam melakukan analisis penelitian.	Objek yang menjadi fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu fokus penelitian adalah akad yang digunakan serta kedudukan bonus yang didapatkan dari akad tersebut. Sementara dalam

		<p><i>Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo”</i></p>	<p>penelitian ini memfokuskan pada praktik bisnis yang dilakukan oleh GoChamp yang mana dalam hal ini merujuk pada kedudukan C-Voucher sebagai produk utama.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

B. Kajian Teori

1. Konsep Jual Beli Dalam Islam

Sebagai agama yang komprehensif, Islam telah mengatur kegiatan muamalah dengan berbagai macam anjuran serta batasan dalam pelaksanaannya. Jual beli sebagai salah satu kegiatan muamalah yang melibatkan dua pihak yaitu pihak penjual dan pihak pembeli tentu saja mendapat rambu-rambu pelaksanaannya mulai dari Al-Qur'an, Hadist, Ijma' hingga Qiyas sebagai dasar hukumnya. Adapun salah satu dasar hukum pelaksanaan jual beli ini tertuang dalam firman Allah Swt dalam QS.

Al-Nisa' Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”⁹

Dan hadist Rasulullah dalam Riwayat Muslim, dimana Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَا مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة)

Artinya: “*Barang siapa menipu kami, maka ia tidak termasuk golongan kami*” (Hadist Nabi Riwayat Muslim dari Abi Hurairah)¹⁰

Jual beli merupakan salah satu kegiatan utama yang tidak dapat luput dari aktivitas manusia sebagai makhluk sosial dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik dalam bentuk kebutuhan primer maupun tersier. Terdapat beberapa istilah dalam penyebutan jual beli antara lain: *al-bai'* (menyerahkan barang dan menerima pembayaran), *al-mubadalah* (pertukaran), *asy-syira'* (memasukkan zat ke dalam hak milik dengan imbalan), dan *at-tijarah* (perniagaan antar manusia).¹¹

⁹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 84.

¹⁰ Dewan Syariah Nasional MUI, “*Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*”, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 807-808

¹¹ Sri Sudiarti, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Medan: Febi Uin Su Press, 2018), 74.

Pengertian jual beli secara istilah menurut para ulama berbeda antara satu dengan yang lain dalam mendefinisikannya, antara lain:¹²

1) Ulama Hanafiyah

Jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang diperbolehkan.

2) Imam Nawawi

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk tujuan kepemilikan.

3) Ibnu Qudamah

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, dengan tujuan untuk saling menjadikan milik.

4) Madzhab Syafi'i

Jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lain atas dasar kerelaan kedua belah pihak yang terlibat.

Sama seperti halnya kegiatan muamalah pada umumnya, jual beli memiliki ketentuan-ketentuan tertentu yang harus terpenuhi demi tercapainya keabsahan kegiatan jual beli secara syari'at. Ketentuan-ketentuan tersebut tercakup dalam rukun dan syarat jual beli. Keberadaan rukun dan syarat jual beli ini sangat penting untuk dipenuhi

¹² Rachmat Syafe'i, *Fikih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 73.

karena keberadaannya sendiri selain bertujuan demi keabsahan suatu akad, juga untuk menghindarkan adanya kecurangan diantara para pihak yang berakad.

Rukun jual beli adalah hal-hal yang harus dipenuhi dalam jual beli demi tercapainya sahnya jual beli. Jumhur ulama menetapkan bahwa terdapat empat rukun jual beli, yaitu:¹³

- 1) *Akidain* (penjual dan pembeli)
- 2) *Ma'qud 'alaih* (objek jual beli)
- 3) *Shighat* (ijab dan qabul)
- 4) Adanya nilai tukar barang.

Selain harus memenuhi rukun, jual beli juga harus memenuhi syara-syarat jual beli. Adapun syarat jual beli terbagi menjadi tiga, *pertama* syarat untuk Aqid (orang yang melakukan akad) yang terlibat dalam jual beli, *kedua* yaitu syarat untuk barang yang akan diperjual belikan, dan terakhir adalah syarat terkait *shighat* dalam jual beli.

a) Syarat *Aqid* (Orang Yang Sedang Berakad)

- 1) *Aqil* atau berakal.
- 2) Kehendak sendiri, dimana jual beli yang dilakukan hendaknya didasarkan pada prinsip-prinsip *taradli* (rela sama rela).
- 3) Tidak pemboros (*mubazir*).

¹³ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer: Teori Dan Praktik*, (Malang: Uin Maliki Malang Press, 2018), 33.

4) *Baligh*.

b) Syarat *Ma'qud 'Alaih* (Objek Akad)

Objek atau benda yang menjadi wasilah atas terjadinya suatu akad jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:¹⁴

- 1) Suci atau bersih barangnya.
- 2) Dapat dimanfaatkan.
- 3) Milik orang yang melakukan akad.
- 4) Dapat diketahui dan diserahkan.

c) Syarat *Shighat*

Shighat jual beli adalah bentuk dari lafadz akad yang terdiri dari Ijab dan Qabul. *Shighat* masuk kedalam unsur terpenting dalam terjadinya jual beli, karena tanpa adanya *shighat* ini akan berpengaruh pada keabsahan jual beli.¹⁵

¹⁴ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer: Teori Dan Praktik*, 32-33.

¹⁵ Muhammad Syamsudin, "Fiqh Jual Beli: Syarat dan Macam-macamnya", *NU Online*, 24 Agustus 2018, diakses pada 20 Januari 2022, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/fiqih-jual-beli-syarat-sah-dan-macam-macamnya-xv2re>

2. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

a. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang / *Multi Level Marketing*

Secara umum Penjualan Langsung Berjenjang biasanya disebut dengan *Multi Level Marketing* dimana dalam definisinya adalah suatu cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang pelakunya merupakan perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.¹⁶

Secara Bahasa (etimologi), *Multi Level Marketing* berasal dari Bahasa Inggris yang berasal dari penggalan kata “*multilevel*” yang artinya bersusun atau bertingkat-tingkat dan “*marketing*” yang berarti pemasaran, perdagangan, atau belanja.¹⁷ Dalam istilahnya, *Multi Level Marketing* menurut J. Clothier adalah “suatu cara atau metode untuk menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya; pendapatan yang dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor”.¹⁸

¹⁶ Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

¹⁷ John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), cet. Ke-4, 373.

¹⁸ Peter J. Clothier, *Multi Level Marketing a Practical Guide to Successful Network Selling, Meraih uang dengan Multi Level Marketing, Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang sukses, Cet. Ke-4, Terjemahan T. Hermaya*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), 33.

David Roller mendefinisikan *Multi Level Marketing* sebagai suatu sistem dimana sebuah induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya melalui suatu jaringan yang dimiliki oleh sekelompok orang dalam suatu bisnis independent, dan orang-orang tersebut kemudian sponsori orang lainnya untuk tujuan agar membantu dalam mendistribusikan barang atau jasanya.¹⁹

Penjualan langsung berjenjang atau MLM merupakan salah satu model penjualan yang cukup berbeda dengan model penjualan atau pemasaran lainnya. Bisnis dengan model penjualan langsung berjenjang atau MLM memungkinkan distributornya untuk tidak hanya memasarkan produk saja, akan tetapi dapat untuk sekaligus mencari distributor baru untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada orang lain. Dengan adanya kegiatan tersebut, sangat memungkinkan bagi seorang distributor untuk mendapatkan bonus atau komisi dari adanya dua kegiatan yang berhasil ia lakukan, yaitu dari penjualan produk atau jasa dan dari perekrutan anggota baru yang berhasil ia lakukan.

Selain memiliki perbedaan dari segi sistem penjualan dan pemasarannya, sistem bisnis dengan model MLM juga memiliki ciri-ciri khusus yang cukup membedakannya dengan sistem bisnis penjualan pada umumnya. Salah satunya yaitu adanya beberapa jenjang atau level yang

¹⁹ David Roller, *How to Make Big Money in Multi Level Marketing, Menjadi Kaya dengan Multi Level Marketing, Terjemahan Waskito, Cet. Ke-2*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), 3.

ditentukan dari pencapaian atau prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh seorang distributor atau member.

b. Konsep Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (*syariah direct selling, al-taswiq al-syabaki, al-taswiq al-harami, al-taswiq al-thabaqi, atau al-taswiq al-tijari*) adalah suatu metode penjualan barang atau jasa yang memakai sebuah jaringan pemasaran tertentu yang dikembangkan oleh anggota (mitra usaha) dimana dalam kerjasamanya didasarkan pada adanya imbalan berupa komisi atau bonus dari perolehan hasil penjualan kepada konsumen diluar lokasi eceran tetap, metode penjualan jasa tersebut dijalankan berdasarkan akad dan prinsip syariah.²⁰

Konsep dasar Penjualan Langsung Berjenjang atau *Multi Level Marketing* terletak pada konsep penjualan dan pemasaran suatu produk atau jasa melalui jaringan kemitraan yang dibangun oleh si pelaku usaha. Dalam perspektif hukum Islam, sistem seperti ini termasuk dalam kategori *muamalah* yang memiliki hukum asal *mubah* (boleh) untuk dilakukan dengan syarat tidak melanggar prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh *syara'*. Oleh karenanya, aturan terkait jual beli pada sistem penjualan langsung dalam Islam sama dengan sistem jual beli pada umumnya.²¹

²⁰ Dewan Syariah Nasional MUI, "*Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*", (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), hal. 883

²¹ Kuswara, "*Mengenal MLM Syariah*", (QultumMedia: Depok, 2005), 83.

Dalam Islam semua jual beli diperbolehkan hukumnya, sampai ada dalil atau hukum yang melarang terkait adanya jual beli tersebut.²² Adanya ketentuan terkait jual beli yang dilarang ini tentu saja bertujuan demi kemaslahatan para pihak yang terlibat dalam suatu jual beli. Selain untuk menghindarkan dari adanya kecurangan, juga bertujuan sebagai antisipasi atas adanya jual beli yang tidak sesuai dengan kehendak syari'at Islam. Berkenaan dengan jual beli yang dilarang dalam Islam, Wahbah Al-Zuhaili meringkasnya sebagai berikut:²³

1) Terlarang sebab *ahliyah* (ahli akad)

Ulama' telah sepakat terkait kategori jual beli yang shahih adalah jual beli yang dilakukan oleh orang baligh, berakal, dapat memilih, dan mampu ber-tasharruf secara bebas dan baik. Karenannya mereka yang tidak dianggap sah jual belinya yaitu:

- a) Jual beli orang gila, Ulama sepakat tidak sah.
- b) Jual beli anak kecil, Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa jual beli ini tidak sah sebab anak yang masih belum baligh. Karena tidak ada ahliyah. Sedangkan menurut Ulama Malikiyah, Hanafiyah dan Hanabilah anak kecil dianggap sah jual belinya jika mendapatkan izin dari walinya.

²² Rachmat Syafe'i, *Fikih Muamalah*, 74.

²³ Wahbah Zuhaili, *al-Fiqh al-Islamy wa 'Adillatuhu Jilid 5. Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Cet.1*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), 127.

- c) Jual beli orang buta, Ulama Syafi'iyah menganggap jual beli ini tidak sah dan dalam pandangan jumhur ulama keadaan ini dikategorikan sebagai jual beli shahih apabila sifat dari barangnya disebutkan.
- d) Jual beli terpaksa, tidak atas kemauan sendiri.
- e) Jual beli *Fudhul* (jual beli milik orang lain tanpa seizin dari pemiliknya). Menurut Ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli ini ditangguhkan hingga adanya izin dari pemilik barang. Sedangkan menurut Ulama Hanabilah dan Syafi'iyah jual beli ini tidak sah.
- f) Jual beli *Malja'* (jual beli orang yang sedang dalam bahaya, yakni menghindari dari perbuatan zhalim). Jual beli ini termasuk jual beli fasid menurut Ulama Hanafiyah dan Ulama Hanabilah.²⁴

2) Terlarang sebab *shighat*

Ulama fiqih sepakat atas sahnya jual beli yang didasarkan atas keridhaan diantara para pihak yang terlibat dalam suatu akad, adanya kesesuaian diantara ijab dan qabul pada satu tempat, dan tidak terpisah sebab adanya suatu pemisah.

Jual beli yang tidak memenuhi ketentuan-ketentuan tersebut dianggap tidak sah. Adapun beberapa jual beli yang dipandang tidak sah ataupun masih menjadi perdebatan dikalangan Ulama adalah sebagai berikut:

²⁴ Aiyub Ahmad, *Fikih Lelang: Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*, (Jakarta: Kiswah, 2004), 28.

- a) Jual beli *Mu'athah* (jual beli yang disepakati oleh para pihak yang berakad, dimana mereka berkenan perihal barang maupun harganya, akan tetapi tidak memakai ijab qabul). Jumhur ulama menyatakan jual beli ini sah apabila ada ijab dari salah satunya.
- b) Jual beli barang yang tidak ada ditempat akad, sebab tidak terpenuhinya syarat-syarat untuk terjadinya akad.
- c) Jual beli *Munjiz* (jual beli yang dikaitkan pada suatu syarat atau ditangguhkan pada waktu yang akan datang).²⁵

3) Terlarang sebab *ma'qud 'alaih* (barang yang diperjualbelikan)

Secara umum *ma'qud 'alaih* adalah objek pada jual beli dimana dalam hal ini bisa merujuk pada harta yang dijadikan sebagai alat tukar oleh pihak-pihak yang berakad baik dalam rupa barang ataupun harga. Ulama fiqih sepakat bahwa suatu jual beli dianggap sah ketika *ma'qud 'alaih* adalah barang yang tetap atau bermanfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat oleh orang-orang yang berakad, bukan merupakan kepemilikan dari orang lain, serta tidak adanya larangan dari syara' perihal *ma'qud 'alaih* tersebut.

Selain itu, terdapat beberapa permasalahan dimana sebagian ulama menyepakatinya, sementara sebagian yang lain memperselisihkannya.

Diantaranya yaitu:

²⁵ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 85.

- a) Jual beli yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada.
- b) Jual beli barang najis dan terkena najis.
- c) Jual beli barang yang tidak jelas (*majhul*)
- d) Jual beli buah-buahan atau tumbuhan yang belum kelihatan matangnya.
- e) Jual beli barang yang tidak dapat dilihat (*ghaib*), dan jual beli sesuatu sebelum dipegang.²⁶

4) Terlarang sebab syara'

Diantara jual beli yang juga menjadi perselisihan atas pendapat Sebagian ulama, antara lain:

- a) Jual beli Riba.
- b) Jual beli anggur untuk dijadikan khamr.
- c) Jual beli barang yang sedang dibeli oleh orang lain.
- d) Jual beli barang hasil pencegatan barang dijalan.
- e) Jual beli dengan memakai syarat jual beli dengan uang dari barang yang diharamkan.²⁷

c. Kriteria Multi Level Marketing Syariah

Kriteria bisnis MLM yang sesuai syariah adalah keberadaan produk yang dipasarkannya merupakan produk halal dan bermanfaat, serta dalam proses perdagangannya tidak melanggar ketentuan-ketentuan syariat seperti

²⁶ Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*, (Jakarta: Attahiriyah, 1976), 64.

²⁷ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), 25.

adanya pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan dan masih banyak lagi.²⁸

Dengan beragamnya fakta yang ditemukan dilapangan terkait bisnis MLM ini, tidak bisa dipukul rata terkait kehalalan atau keharaman suatu bisnis MLM yang dijalankan. Begitu juga dengan tergabung atau tidaknya suatu bisnis MLM kedalam APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), juga tidak dapat dimonopoli dari pengakuan salah satu pihak pelaku bisnis. Segala hal terkait haruslah dibuktikan secara langsung di lapangan untuk menemukan fakta-fakta sebenarnya sehingga dapat menyimpulkan dengan tepat. Adapun beberapa hal penting yang patut diperhatikan untuk menilai terkait halal haramnya suatu bisnis MLM dan apakah suatu bisnis MLM tersebut menganut sistem syariah atau konvensional adalah sebagai berikut.²⁹

a) Pendaftaran

Terkait pendaftaran, uang pendaftaran haruslah relative tidak terlalu mahal. Uang pendaftaran dapat diumpamakan sebagai uang pengganti pembuat kartu anggota, formulir, pencetakan *stater kit*, brosur, *company profil*, katalog produk, dan lain sebagainya.

b) *Support System*

Adanya pelatihan yang dilakukan oleh kelompok dibawah naungan perusahaan atau oleh perusahaan secara langsung dimana pelatihan ini

²⁸ Kuswara, *MLM Syariah*, 87.

²⁹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 112.

biasanya diadakan secara teratur. Pelatihan dapat dikatakan memiliki peranan yang penting sebab bertujuan untuk meningkatkan keterampilan distributor dalam pengembangan suatu bisnis yang diharapkan oleh sebuah perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang atau *Multi Level Marketing*.

c) Perusahaan

Perusahaan harus jelas. Ini berarti bahwa suatu perusahaan yang bersangkutan benar-benar memiliki badan hukum yang sah, alamatnya dapat diketahui secara pasti, serta keberadaan gedung atau bangunan yang dapat dilihat secara nyata. Selain itu, kepastian terkait manajemen dan reputasi yang baik, tidak memiliki catatan criminal seperti penipuan, tidak cacat hukum, dan dikalangan pebisnis perusahaan bukan termasuk perusahaan tercela. Dari segi perizinan, perusahaan haruslah memiliki Ijin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB) yang dikeluarkan oleh Deperindag. Lebih baik lagi apabila perusahaan tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung (APLI). Hal terakhir terkait perusahaan adalah tentang sistem informasi yang baik, terbuka dan transparan dalam batas-batas tertentu.

d) *Business Plan*

Business Plan atau yang biasa juga disebut dengan *Marketing Plan* adalah suatu rencana pengembangan bisnis yang mengatur perihal tata cara kerja, perhitungan bonus dan persyaratan kenaikan jenjang.

Business Plan harus jelas, realistis, transparan, mudah dipahami dan diaplikasikan.

e) Produk

Berkenaan dengan produk yang dijual, sifatnya haruslah memiliki harga yang wajar dan berkualitas. Produk yang diperjual belikan haruslah sesuai antara nilai dengan kualitasnya.

Dalam bisnis Penjualan Langsung Berjenjang atau *Multi Level Marketing*, umumnya terdapat komisi dan bonus yang sangat berkaitan dengan prestasi distributor. Perolehan komisi dan bonus ini dalam sistem yang sehat diperoleh atas dasar prestasi distributor yang luar biasa yang menjadikan suatu bisnis yang diikutinya meraih peningkatan omzet penjualan yang luar biasa pula. Hal ini berarti komisi dan bonus tidak dapat diperoleh dengan begitu mudah atau hanya karena lama waktu seorang distributor bergabung dengan perusahaan yang diikutinya.³⁰

Pada prinsipnya, adanya komisi dan bonus dalam bisnis Penjualan Langsung Berjenjang atau *Multi Level Marketing*, dimaksudkan sebagai suatu penghargaan atas adanya suatu prestasi tertentu yang dicapai oleh distributornya. Selain itu fungsi dari komisi dan bonus ini pada sisi lain adalah sebagai alat promosi yang diharapkan dapat menarik anggota baru untuk bergabung.³¹

³⁰ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 53.

³¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 54.

d. Kriteria Produk Yang Dipasarkan

Semua komoditi atau produk yang dipasarkan melalui perusahaan MLM Syariah secara otomatis haruslah produk yang sudah terbukti dan teruji kehalalannya. Bukan hanya halal, tetapi juga harus *thayyib* dan juga *Hallalan Thayiban* (halal dan baik). Hal ini berarti suatu produk yang dipasarkan bukan hanya harus halal, akan tetapi juga baik mutunya.³² Dalam hal ini Allah Swt berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*³³

Salah satu cara mengukur halal tidaknya suatu sistem bisnis MLM adalah dengan mengamati produk yang dipasarkan. Produk adalah suatu barang atau jasa yang dijadikan objek pemasaran dalam suatu kegiatan jual beli. Adapun terdapat beberapa kriteria produk yang halal dan baik, yang harus dipenuhi suatu bisnis MLM Syariah, yaitu:³⁴

³² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 124.

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 26.

³⁴ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 124.

1) Produk harus baik dan sempurna

Produk yang baik dan sempurna yang harus diusahakan oleh sebuah bisnis MLM bertujuan untuk menjaga kepuasan konsumen atas barang atau jasa yang diperolehnya. Oleh karenanya, untuk memenuhi standar kualitas yang baik, setidaknya sebuah produk haruslah memenuhi kategori standar 5L, yaitu:

- a) Layak kehalalannya, yaitu barang yang dijual sudah terjamin kehalalannya secara syariat.
- b) Layak tampilannya, yaitu kemasan barang menarik dan menimbulkan rasa indah tanpa mengurangi fungsinya.
- c) Layak legalitasnya, yaitu barang yang dijual sudah mendapat izin dari pejabat yang berwenang. Bisa dari Depkes, Badan POM, atau Lembaga dunia yang lainnya yang memiliki kewenangan terkait legalitas suatu produk.
- d) Layak mutunya, yaitu memenuhi standar kualitas barang yang bermutu.
- e) Layak harganya, yaitu memiliki harga yang terjangkau atau sesuai dengan kualitasnya. Tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah.

2) Produk harus suci

Kriteria kedua ini sangat erat kaitannya dengan kandungan dan proses produksi suatu produk MLM yang harus suci dan bersih dari kotoran atau zat-zat yang pada dasarnya dilarang dalam syariat Islam. Hal ini bisa

dilakukan dengan menjelaskan kandungan zat yang Menyusun produk tersebut (khusus makanan atau obat), sehingga masyarakat awam dapat memastikan sendiri terkait zat apa saja yang terkandung dalam suatu produk yang mereka beli. Hal ini juga mensyaratkan untuk usaha MLM haruslah memiliki standar kualitas yang sama bagi setiap pemasoknya.

3) Produk harus halal untuk dimakan

Kategori halal untuk suatu produk di wilayah Indonesia dapat merujuk pada daftar halal yang dikeluarkan oleh MUI. Karenanya, bukti kehalalan suatu produk haruslah tertera jelas pada label sebuah produk yang dipasarkan. Akan tetapi, bagi produk yang belum memiliki sertifikasi halal, bukan berarti suatu produk tersebut jatuh pada kategori haram. Hal ini dapat diantisipasi dengan memperhatikan zat dan produksi suatu produk tersebut benar-benar halal.

4) Bukan produk yang haram diperjualbelikan

Usaha MLM Syariah wajib untuk tidak menjual produk yang secara jelas diharamkan dalam ajaran Islam, baik yang ada dalam Al-Qur'an, Hadist, Ijma', maupun Qiyas.

5) Bukan produk yang samar

Produk yang diperjualbelikan harus jelas mutlak dan tidak samar, menurut Imam Nawawi larangan jual beli *gharar* (samar) ini merupakan salah satu prinsip syariah yang di dalamnya menyangkut banyak persoalan. Namun demikian para fuqaha memberikan beberapa pengecualian diantaranya:

- a) Rumah dengan segala seisinya
- b) Susu hewan yang berada di hewan itu
- c) Demikian juga dengan produk-produk yang menurut adat kebiasaan mendapat toleransi, karena nilainya yang rendah atau karena kesulitan, misalnya, kapas dalam lapisan jas.

Adapun diantara produk-produk yang mengandung kesamaran tersebut adalah:

- a) Buah-buahan yang masih ada di pohonnya
 - b) Produk yang tidak ada.
- 6) Produk haruslah bermanfaat

Produk yang tidak bermanfaat disini ialah produk yang banyak mudharatnya, seperti rokok, zat psikotropika, atau minuman keras. Artinya suatu produk yang memiliki kecenderungan untuk disalahgunakan oleh masyarakat tertentu, maka usaha MLM Syariah tidak boleh memperjualbelikannya.

Selain itu, terkait kemanfaatan suatu produk ini juga berhubungan dengan adanya jaminan yang diberikan suatu produsen kepada konsumen atas barang yang dipasarkan. Adanya jaminan ini mencegah kesia-siaan suatu barang bagi konsumen.³⁵

- 7) Produk haruslah bukan alat maksiat

³⁵ Muhammad Syamsudin, "Go-Champion Praktik Money Game Berkedok Donasi", *NU Online*, 8 Juni 2021, diakses 25 April 2022, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/go-champion-praktik-money-game-berkedok-donasi-YLJzD>

Produk yang memiliki kecenderungan untuk dapat dipergunakan dalam kegiatan maksiat haram untuk diperjualbelikan oleh suatu usaha MLM Syariah.

Selain beberapa kriteria produk diatas, terdapat juga beberapa kriteria spesifik yang menyangkut pemasaran produk pada usaha MLM Syariah, yaitu:³⁶

- a) Ada transaksi *riil (delivery of good or services)* atas barang atau jasa yang diperjualbelikan.
- b) Barang dan jasa diupayakan kebutuhan pokok, bukan barang mewah yang mendorong pada konsumerisme dan pemborosan.
- c) Terdapat produk yang dijual, baik berupa jasa atau barang kebutuhan pokok.
- d) Barang dan jasa yang diperjualbelikan jelas kehalalannya, lebih baik lagi jika dibuktikan dengan hasil penelitian dari pihak berwenang.
- e) Tidak ada *excessive mark up* atas harga produk yang diperjualbelikan diatas *covering* biaya promosi dan marketing konvensional.
- f) Memiliki jaminan dikembalikan (*buy buck guarantee*), sebagai bagian dari layanan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengembalikan jika barang yang dibelinya ternyata tidak berkualitas atau rusak.

³⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 113.

- g) Lebih afdhal jika barang atau jasa yang dijual diproduksi oleh saudara seiman untuk menjamin kehalalannya.

e. Prinsip dan Orientasi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

a) Prinsip Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Penjualan langsung berjenjang atau MLM yang berbasis syariah pada prinsipnya tentu saja haruslah berpegang teguh pada prinsip-prinsip *muamalah Islamiyah*. Terdapat tiga prinsip umum yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى ۖ فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ
 وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ ۚ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ
 شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا وَلِيَّتٍ لِّلَّهِ رَبَّهُ وَلَا يَبْحَسُ مِنْهُ
 يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا
 رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ
 وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ
 عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ ۖ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةٍ حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ

عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۖ وَأَشْهَدُوا ۖ وَإِذَا تَبَايَعْتُمْ ۖ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۖ وَإِنْ تَفَعَّلُوا

فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۖ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.”³⁷

1) Prinsip Pertanggungjawaban

Merupakan suatu konsep yang tidak asing lagi, karena konsep pertanggungjawaban hampir selalu berkaitan dengan konsep amanah.

³⁷ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 49.

Selain itu bagi kalangan muslimin, persoalan amanah adalah hasil transaksi manusia yang berhubungan langsung dengan Allah Swt yang menciptakan manusia sebagai kholifah di bumi dan inti dari kekholidahan itu ialah tentang menjalankan atau menunaikan tugasnya dengan amanah. Jadi, implikasi dalam bisnis adalah bahwa individu yang terlibat dalam praktik bisnis haruslah selalu melakukan pertanggungjawaban atas apa yang telah diamanahkan dan apa yang telah diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait padanya.

2) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan tidak saja berupa nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan sosial dan bisnis, akan tetapi juga merupakan suatu nilai yang secara tidak langsung melekat dalam setiap individu manusia.³⁸

3) Prinsip Kebenaran

Pada dasarnya prinsip kebenaran sangat melekat pada prinsip keadilan. Kebenaran disini dapat merujuk pada setiap aspek yang dijalankan dalam suatu bisnis berbasis syariah.

b) Orientasi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Selain adanya suatu prinsip dalam MLM Syariah sebagai suatu hal penting, adanya orientasi atau tujuan dalam MLM Syariah juga merupakan salah satu bagian terpenting yang harus ada dalam suatu bisnis. Dalam

³⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 123.

MLM Syariah, orientasi bisnis yang dilakukan bukan hanya semata-mata mengejar kepentingan duniawi saja, akan tetapi lebih jauh dari itu orientasinya adalah kepentingan akhirat.³⁹ Seperti halnya yang difirmankan Allah Swt dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 201:

وَمِنْهُمْ مَنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: *"Dan di antara mereka ada orang yang berdoa: "Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka".*⁴⁰

3. Fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

a. Pengertian Fatwa

Menurut pengertian secara bahasa, fatwa berarti jawaban atas sebuah kejadian atau peristiwa.⁴¹ Menurut Amir Syarifuddin, fatwa adalah sebuah usaha yang ditujukan untuk memberikan penjelasan terhadap hukum syara' yang dilakukan oleh ahlinya kepada orang yang belum mengetahuinya.⁴² Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan lembaga swadaya masyarakat dimana ia bertugas untuk mewadahi para ulama di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi

³⁹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 123.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 32.

⁴¹ Yusuf Qardhawi, *Al-Fatwa Bainal Ihtibath wat Tasayyub: Fatwa antara Ketelitian dan Kecerobohan*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 5.

⁴² Amir Syarifuddin, *Ushul Fikih*, (Jakarta: Kencana, 2008), 429.

kepentingan seluruh masyarakat muslim di Indonesia berkenaan dengan masalah-masalah keagamaan yang menyangkut kemaslahatan umat muslim di Indonesia. Fatwa-fatwa yang ditetapkan oleh DSN MUI pada umumnya bersifat moderat (*tawasuth*) yang bermakna bahwa fatwa yang dikeluarkan DSN MUI sifatnya tidak terlalu kaku terhadap teks nash, akan tetapi hal ini tidak berarti bahwa fatwa DSN MUI keluar dari *mafhum nash* sebab pertimbangannya selalu merujuk pada kemaslahatan bersama. DSN MUI juga berpegang pada anggapan bahwa keberadaan masalah yang bertentangan dengan nash tetap tidak dapat diterima. Dengan ini maka tidak ada alasan yang mendalihkan untuk mendahulukan kemaslahatan dengan jalan melanggar ketentuan syariah yang ada.⁴³

b. Latar Belakang Penetapan Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Latar belakang penetapan Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah terkait dengan ramainya kontroversi yang marak terjadi dari kalangan praktisi marketing dan masyarakat pada bisnis dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB) dengan dugaan adanya praktik money game sehingga berujung pada pertanyaan seputar kehalalan suatu praktik bisnis menurut syariat. Selain itu adanya

⁴³ Dr. Mardani, Hukum Sistem Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 270.

pengajuan dari perusahaan yang beroperasi dengan menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB). Sebab alasan inilah, kemudian DSN MUI membuat suatu Fatwa yang berisikan ketentuan-ketentuan syariah mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB) dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist juga dengan mempertimbangkan beberapa aturan dan hukum yang ada yang berkaitan dengan perumusan Fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB) sebagai suatu cara untuk menjawab kontroversi yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, dan juga sebagai pedoman terkait bisnis dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB).⁴⁴

c. Fatwa MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Dalam keputusan Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ini terdapat beberapa ketetapan mengenai ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), yaitu:

⁴⁴ Ahmad Muzaki, *Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)*, (Asy-Syari`ah: Jurnal Hukum Islam Vol.6, No.2, 2020), 115.

a) Ketentuan Umum

1. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
2. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangundangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.

7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
9. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
10. *Excessive mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
11. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. Mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

b) Ketentuan Hukum

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat;
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
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*.

c) Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS adalah:

1. Akad *Bai*’/*Murabahah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*.

Jual beli *murabahah* adalah jual beli dimana dalam prosesnya penjual memberi tahukan kepada pembeli terkait harga pokok (modal) barang, kemudian pembeli membeli

barang tersebut berdasarkan harga pokok dan memberikan margin keuntungan pada penjual sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.⁴⁵ Adapun rukun dan syarat dari jual beli *murabahah* antara lain:

- 1) Rukun *Murabahah* terdiri dari: Penjual (*al-bai'*), Pembeli (*almusyitari*), Barang yang dibeli (*al-mabi'*), Harga (*al-tsaman*), Shigat (*ijab-qabul*).
 - 2) Syarat *Murabahah* menurut Wahbah Zuhaili: Mengetahui harga pokok, Mengetahui keuntungan, Harga pokok merupakan sesuatu yang dapat diukur, diukur dan ditimbang.⁴⁶
2. Akad *Wakalah bil Ujrah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

Menurut Fatwa DSN MUI No.10/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Wakalah*, definisi *wakalah* adalah pelimpahan suatu kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Akad *wakalah bil ujroh* adalah pemberian kuasa dari seseorang kepada orang lain dengan adanya pemberian ujroh (*upah/fee*).

⁴⁵ Muhammad Yazid, *Hukum Ekonomi Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 176.

⁴⁶ Muhammad Yazid, *Hukum Ekonomi Islam*, 188.

Rukun dan syarat *Wakalah bil Ujroh*:⁴⁷

- 1) Orang yang mewakilkan, haruslah memenuhi persyaratan berikut: haruslah memiliki hak untuk melakukan perbuatan hukum, kecakapan dalam bertindak hukum atau *mukallaf* dan akal yang sempurna.
 - 2) Orang yang menerima hak untuk mewakilkan, disyaratkan berakal, *mumayyiz* dan mengetahui objek yang diwakilkan kepadanya.
 - 3) Objek yang diwakilkan, harus memenuhi persyaratan yaitu sesuatu yang adanya diperbolehkan, sesuatu yang berkaitan dengan muamalah, bukan termasuk masalah ibadah badaniyah, sesuatu yang diwakilkan harus benar-benar milik dari *muakil* dan berada dalam kuasanya.
 - 4) Shighat akad, yaitu ijab dan qabul.
 - 5) Ujrah, adanya upah yang diketahui secara jelas oleh kedua pihak berkenaan dengan besaran nilainya.
3. Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.

Menurut Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*, *Ju'alah* adalah janji atau komitmen

⁴⁷ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implimentasinya pada Sektor Keuangan Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 144.

(*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/ju'ul*) tertentu berkenaan dengan adanya suatu pencapaian hasil (*natijah*) dimana hal ini ditentukan atas dasar adanya suatu pekerjaan.

Rukun *Ju'alah* antara lain yaitu:

- 1) *Ja'il* adalah pihak yang melakukan janji untuk memberikan suatu imbalan atas suatu pencapaian hasil kerja (*natijah*) yang telah ditentukan,
- 2) *Maj'ullah* adalah pihak yang melaksanakan *jua'alah*,
- 3) *Natijah* adalah upah atau hasil dari suatu pekerjaan yang harus jelas dan diketahui,
- 4) *Maj'ul* alaih adalah objek *Ju'alah* yang harus berupa suatu pekerjaan yang diperbolehkan dalam syariat dan tidak adanya suatu larangan dalam syariat saat terjadinya akad,
- 5) *Ju'ul* adalah imbalan yang besarannya ditentukan oleh *ja'il* dan *maj'ullah* pada saat terjadinya akad.

Adapun syarat *ju'alah* adalah:

- 1) *Ja'il* dan *maj'ulah* haruslah merupakan seseorang yang memiliki kewenangan dalam hal mentasarrufkan harta atau dengan kata lain *baligh* dan berakal, yang berarti memiliki kecakapan untuk dapat melakukan suatu tindakan hukum.

- 2) Natijak (hasil dari pekerjaan) merupakan upah atau hadiah yang sudah diperjanjikan sebelum dimulainya suatu pekerjaan, yang harus berbentuk suatu berharga, bernilai dan memiliki kejelasan terkait jumlah dan bentuknya baik berupa barang atau uang.
 - 3) Pekerjaan yang dihasilkan haruslah terkandung didalamnya sebuah kemanfaatan yang jelas.
 - 4) Ijab harus disampaikan secara jelas oleh pihak yang menjanjikan pemberian upah.⁴⁸
4. Akad *Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah*.

Wahbah Al-Zuhaili mendefinisikan *Ijarah* sebagai suatu transaksi terhadap manfaat suatu barang dengan pemberian suatu imbalan sebagai gantinya, dimana konsep seperti ini sering dikenal dengan istilah sewa-menyewa. *Ijarah* juga mencakup perihal transaksi yang dilakukan terhadap suatu pekerjaan tertentu, yaitu adanya imbalan yang biasa dikenal dengan upah-mengupah.

Rukun dan syarat *Ijarah* antara lain yaitu:

⁴⁸ Suqiyah Musyafa'ah, dkk., *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam I*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 181-182.

- 1) Adanya dua orang yang berakad (*mu'ajir* dan *musta'jir*), dimana dalam hal ini disyaratkan: berakal dan *mumayyiz* serta *an-taradin* (kedua belah pihak sama-sama memiliki keridhaan dan berbuat atas kemauan sendiri).
- 2) Objek yang diakadkan, baik berupa barang atau pekerjaan, disyaratkan: objek yang disewakan merupakan objek yang dapat diserahterimakan baik dalam bentuk manfaat maupun kebendaannya. Adapun manfaat yang *dijarahkan* haruslah sesuatu yang diperbolehkan dalam syariat. Selain itu, manfaat dari objek yang *dijarahkan* haruslah diketahui secara jelas dengan tujuan untuk menghindari adanya perselisihan dikemudian, serta harus jelas terkait ukuran dan batas waktunya. Perbuatan yang diupahkan bukan merupakan perbuatan yang sifatnya diwajibkan kepada pihak penyewa.
- 3) Upah atau imbalan, disyaratkan untuk berupa benda yang diketahui, sesuatu yang berharga atau dapat dihargai.
- 4) *Shighat*, disyaratkan harus sesuai seperti yang telah dipersyaratkan dalam akad.⁴⁹

⁴⁹ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implimentasinya pada Sektor Keuangan Syariah*, 133.

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

d) Dasar Hukum

Beberapa dasar hukum yang menjadi pedoman penjualan langsung berjenjang syariah:

1) Dalam Al-Qur'an

- a) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ؕ

*“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku sukarela diantaramu.”*⁵⁰

- b) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ...

*“Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu...”*⁵¹

- c) ... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ...

⁵⁰ Q.S An-Nisa'(4): 29

⁵¹ Q.S Al-Maidah (5): 1

“...dan tolong menolonglah dalam (mengerjakan) kebajikan...”⁵²

d) وَيٰۤاَيُّهَا الْمُطَفِّفِيْنَ اِذَا اٰكْتٰلُوْا عَلٰى النَّاسِ يَسْتَوْفُوْنَ وَاِذَا كٰلُوْهُمۡ اَوْ

وَزَنُوْهُمۡ يُخْسِرُوْنَ

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”⁵³

e) لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ اَنْ تَبْتَغُوْا فَضْلًا مِّنْ رَبِّكُمْ

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu.”⁵⁴

f) ... وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... ..

“...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”⁵⁵

g) ... لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا تُظْلَمُوْنَ... ..

⁵² Q.S Al-Maidah (5): 2

⁵³ Q.S Al-Muthaffifin (8): 1-3

⁵⁴ Q.S Al-Baqarah (2): 198

⁵⁵ Q.S Al-Baqarah (2): 275

“...Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan tidak boleh dizalimi orang lain...”⁵⁶

h) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلٍ

الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”⁵⁷

2) Hadist Rasulullah SAW antara lain:

a) Hadist Nabi

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحْضَلَ حَرَامًا (رواه

الترمذي عن عمرو بن عوف)

“Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”, (HR. At-Tirmidzi, dari ‘Amr bin ‘Awf).

⁵⁶ Q.S Al-Baqarah (2): 279

⁵⁷ Q.S Al-Ma'idah (5): 90

b) Hadist Nabi

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

الخدري)

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

c) Hadist Nabi

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا

خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا (رواه أبو داود عن أبي هريرة)

“Allah Swt berfirman: Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka”. (HR. Abu Dawud, yang disahihkan oleh al hakim dari Abu Hurairah).⁵⁸

d) Hadist Nabi

هِيَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

(الخمسة عن أبي هريرة)

⁵⁸ Dewan Syariah Nasional MUI, “Himpunan Fatwa Keuangan Syariah”, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 807-808

“Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli gharar”. (HR. Khomsah dari Abu Hurairah)

e) Hadist Nabi

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة)

“Barang siapa menipu kami, maka ia tidak termasuk golongan kami”. (HR. Imam Muslim dari Abu Hurairah)

f) Hadist Nabi

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ وَمَهْرِ الْبَغِي وَحُلْوَانِ

الْكَاهِنِ (متفق عليه)

“Nabi SAW melarang (penggunaan) uang dari penjualan anjing, uang hasil pelacuran dan uang yang diberikan kepada paranormal”. (Mutafaq ‘alaih).

g) Hadist Nabi

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخُنْزِيرِ وَاللَّصْنَامِ, فَقِيلَ:

يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ

وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ؟ فَقَالَ لَا، هُوَ حَرَامٌ. ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ

وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا ثُمَّ بَاعُوهَا

فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ (متفق عليه)

“Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung-patung. Rasulullah ditanya, Wahai Rasulullah, tahukah Anda tentang lemak bangkai, ia dipakai untuk mengecat kapal-kapal, untuk meminyaki kulit-kulit dan dipakai untuk penerangan (lampu) oleh banyak orang? Nabi SAW menjawab, Tidak! Ia adalah haram. Nabi SAW kemudian berkata lagi, Allah mengharamkan lemak bangkai kepada mereka, mereka mecairkannya dan menjualnya, kemudian mereka memakai hasil penjualannya”. (Muttafaq ‘alaih)

h) Hadist Nabi

لَعَنَ اللَّهُ الرَّاشِيَّ وَالْمُرْتَشِيَّ (رواه أحمد والترمذي)

“Allah melaknat pemberi dan penerima risywah”. (HR.

*Ahmad dan al-Tirmidzi)*⁵⁹

3) Kaidah Fikih

a) Kaidah Fikih

أَلْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَيَّ تَحْرِيمِهَا

⁵⁹ Dewan Syariah Nasional MUI, “Himpunan Fatwa Keuangan Syariah”, 809-810.

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan”.

b) Kaidah Fikih

الأَجْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ

“Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)”⁶⁰

⁶⁰ Dewan Syariah Nasional MUI, *“Himpunan Fatwa Keuangan Syariah”*, 810.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan satuan sistem yang harus dicantumkan dan dilaksanakan selama proses penelitian tersebut berlangsung. Hal ini sangat penting karena menentukan proses sebuah penelitian untuk mencapai suatu tujuan. Selain itu, metode penelitian merupakan sebuah cara untuk melakukan penyelidikan dengan menggunakan caracara tertentu yang telah ditentukan untuk mendapatkan kebenaran secara ilmiah.⁶¹

A. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian guna dalam menganalisis dan mengkaji topik penelitian secara penelitian yuridis-empiris atau *law field research*. Penelitian yuridis-empiris merupakan jenis penelitian yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku dengan keadaan di lapangan atau penelitian yang dilakukan terhadap apa yang terjadi sebenarnya pada kondisi di tempat untuk menemukan berbagai fakta dan data yang akan dibutuhkan. Kemudian data tersebut diidentifikasi untuk mencapai tujuan dalam menyelesaikan masalah yang ditelusuri berdasarkan peraturan perundang-undangan.⁶²

Peneliti akan melakukan pengamatan terhadap laman grup sosial media GoChamp yang dalam hal ini adalah grup Facebook, Telegram, Instagram,

⁶¹ Marzuki, Metodologi Riset, (Yogyakarta: PT Prasetya Widya Pratama, 2000), Hlm.4

⁶² Bambang Waluyo, Penelitian Hukum dalam Praktek, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), Hlm.16

Aplikasi GoChamp serta website GoChamp dan wawancara kepada member GoChamp untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, kemudian melakukan identifikasi masalah dan mengkaji hasil identifikasi yang diperoleh berdasarkan Perspektif Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

B. Pendekatan Penelitian

Dalam menelaah persoalan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian yuridis sosiologis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengkaji persoalan-persoalan hukum dengan pendekatan secara sosiologis untuk menganalisa persoalan hukum tersebut.⁶³

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan pada laman grup Go-Champion yang dalam hal ini adalah grup Facebook, Telegram, Instagram, Aplikasi GoChamp serta website GoChamp dan juga interview secara online kepada member GoChamp yang beralamat di Ruko Centre Point No.12 Jl. Suprpto, Buliang, Batu Aji, Batam, melalui akun pribadinya masing-masing.

D. Metode Penetapan Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa subjek penelitian yang terdiri dari populasi dan sampel sebagai berikut:

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang dapat terdiri dari objek, individu, tempat, gejala serta kejadian-kejadian yang memiliki ciri-ciri atau karakter

⁶³ Dr. Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 130.

sama yang dan merupakan unit satuan yang diteliti.⁶⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah bisnis penjualan C-Voucher yang dilakukan oleh pelaku bisnis GoChamp di kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau dan

2. Sampel

Sampel adalah miniatur dari populasi yang diambil sesuai dengan prosedur tertentu yang dapat mewakili secara representatif. Dalam melakukan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis pengumpulan sampel berupa *stratified sampling* dengan cara membagi-bagi atau membuat strata terhadap populasi berdasarkan klas atau tingkatan tertentu⁶⁵, yang dalam penelitian ini adalah laman website, Aplikasi GoChamp dan sosial media GoChamp seperti grup Facebook, Telegram, Instagram, serta beberapa informan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Informan

No.	Nama	Kedudukan	Profesi
1.	Joksan	Informan dari Perusahaan	Founder (Golden Manager GoChamp)
2.	Aditya	Informan dari Perusahaan	Humas dan Merchant Branding GoChamp
3.	Heri	Informan dari luar Perusahaan	Member
4.	Anto	Informan dari luar Perusahaan	Member

⁶⁴ Dr. Bahder Johan Nasution, 145.

⁶⁵ Dr. Bahder Johan Nasution, 158.

5.	Rudi	Informan dari luar Perusahaan	Mitra/ <i>Stockist</i>
----	------	----------------------------------	------------------------

Pemilihan 5 narasumber ini didasarkan pada kedudukan setiap narasumber yang merupakan pihak-pihak yang memiliki informasi terkait penelitian ini. Narasumber 1 dan 2 merupakan narasumber yang memiliki kedudukan di perusahaan langsung sehingga akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, utamanya terkait perusahaan. Adapun narasumber 3, 4 dan 5 merupakan narasumber dari luar perusahaan yang berposisi diluar perusahaan yaitu sebagai member atau konsumen dan sebagai stockist/mitra GoChamp, sehingga akan memudahkan peneliti untuk menggali informasi terkait konsumen dan mitra.

E. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah mengambil data langsung dari laman grup Go-Champion yang dalam hal ini adalah grup Facebook, Telegram, Instagram, Aplikasi GoChamp serta website GoChamp serta menggali informasi secara online dari lima informan dari GoChamp untuk mengetahui system bisnis C-Voucher yang diterapkan pada GoChamp.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini meliputi Undang-Undang, literasi dan refrensi dalam landasan penelitian seperti: Referensi tentang jual beli dan Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

F. Metode Pengumpulan Data

Sebagai upaya untuk mendapatkan data yang relevan dan sesuai dengan penelitian ini, peneliti melakukan beberapa teknik penggalian data, diantaranya yaitu dengan melakukan observasi, Interview dan melakukan dokumentasi untuk memperoleh data-data primer dan melakukan kajian kepustakaan untuk memperoleh data pendukung.⁶⁶

1. Interview / wawancara

Interview adalah situasi dimana dua orang atau melakukan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan wawancara dan yang terwawancara (*interviewee*) yaitu orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dan dalam interview ini yang menjadi informan adalah pelaku bisnis GoChamp.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang berwujud sumber data tertulis maupun dalam bentuk visual atau gambar. Sumber tertulis atau gambar berbentuk dokumen resmi, buku, majalah, arsip, dokumen pribadi, dan foto yang terkait dengan permasalahan penelitian. Teknik dokumentasi ini berfungsi sebagai penunjang dan pelengkap atas keberadaan data-data primer yang dijadikan sebagai referensi dalam penelitian, dan juga sebagai arsip dan bukti bahwa penelitian tersebut asli kebenarannya.

⁶⁶ Dr. Bahder Johan Nasution, 160.

G. Metode Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul penulis akan menganalisis hasil data tersebut, yang akan dianalisis dan dikaji sehingga memperoleh data yang akurat. Analisis data akan dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

a) Edit

Edit merupakan proses penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, informasi dikumpulkan oleh pencari data.⁶⁷ Tujuannya ialah untuk memperbaiki kalimat yang kurang tepat, menambah atau mengurangi kata yang berlebihan, agar kalimatnya menjadi relevan.

b) Klasifikasi

Menyusun atau mengklasifikasi data yang diperoleh ke dalam model tertentu, tujuannya untuk mempermudah pembacaan dan pengecekan data apabila terjadi kesalahan dalam penulisannya.

c) Pemeriksaan

Yaitu pengecekan kembali dari data-data yang sudah terkumpul untuk mengetahui keabsahan datanya apakah benar-benar sudah valid dan sesuai yang diharapkan oleh peneliti. Dalam tahap verifikasi, peneliti dapat meneliti datanya kembali mengenai keabsahan datanya dimulai dari responden, apakah responden tersebut termasuk yang diharapkan atau tidak.

d) Analisis Data

⁶⁷ Amiruddin Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Press, 2006), 45.

Analisis disini mengatur tentang sistematika bahan hasil wawancara, menafsirkanya dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat dan teori gagasan yang baru. Data dianalisis dengan menggunakan kajian teori yang tercantum pada kajian pustaka dan dihubungkan dan ditafsirkan dengan fakta-fakta yang telah ditemui terkait sistem yang digunakan pada Warung Cashback dan dari sinilah akan menghasilkan suatu pemikiran atau pendapat yang baru.

e) Konklusi (Kesimpulan)

Kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam sebuah penelitian. Kesimpulan merupakan jawaban yang dari sebuah pertanyaan yang tercantum pada rumusan masalah. Pada tahap ini peneliti merangkum jawaban dari hasil analisis yang dilakukan, yaitu bagaimana sistem bisnis terhadap penjualan C-Voucher oleh GoChamp dan bagaimana analisis sistem tersebut berdasarkan Perspektif Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

BAB IV

PAPARAN DAN ANALISIS DATA

A. Bisnis C-Voucher GoChamp

1. Profil Bisnis GoChamp

GoChamp merupakan bisnis penjualan voucher belanja digital berbasis aplikasi dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama yang bertitik pusat di Kota Batam, Kepulauan Riau. GoChamp resmi berdiri pada tanggal 17 Agustus 2020 dan bergerak dalam bidang penjualan digital voucher belanja, yaitu C-Voucher sebagai produk utamanya. Hingga saat ini tercatat GoChamp berhasil memiliki ribuan anggota yang tersebar diseluruh Indonesia.

GoChamp tidak hanya nama sebuah bisnis, melainkan juga sebuah aplikasi karya anak bangsa yang bergerak dalam penjualan voucher belanja digital yang dapat digunakan sebagai potongan belanja atau diskon di *stockist* atau mitra yang bekerjasama dengan GoChamp. Terkait *stockist* atau mitra ini, GoChamp bekerjasama dengan golongan UKM dan UMKM. Adapun jumlah *stockist* atau mitra GoChamp hingga saat ini sudah mencapai kurang lebih 400 mitra dengan berbagai produk atau jasa yang ditawarkan dan telah mengiklankan produknya pada aplikasi GoChamp.

Sebagai salah satu bisnis yang cukup populer dikalangan masyarakat Batam, GoChamp juga memiliki berbagai program dan inovasi yang didasarkan pada penjualan C-Voucher dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan UMKM dan UKM untuk menjadi lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bangsa.⁶⁸

2. Visi Misi GoChamp

Sama halnya dengan perusahaan atau suatu usaha pada umumnya, GoChamp juga memiliki visi dan misi dalam melakukan usahanya, yaitu sebagai berikut:⁶⁹

a. Visi:

Melalui sistem penjualan dan penggunaan C-Voucher yang bisa membantu pengembangan UMKM dan usaha lainnya dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia terutama anggota GoChamp.

b. Misi:

- 1) Dengan slogan dari kita, oleh kita, untuk kita maka hasil penjualan C-Voucher di gunakan untuk mengembangkan berbagai program GoChamp seperti branding mitra UMKM, pelatihan usaha UMKM, Golden Academy, painting branding, hadiah undian, hadiah C-Gold

⁶⁸ GoChamp Company Profile, 2.

⁶⁹ GoChamp Company Profile, 3.

bantuan UMKM dan banyak lagi program lainnya demi tujuan kesejahteraan anggota GoChamp.

- 2) Perusahaan berkomitmen dalam membangun dan mengembangkan Champion Ventures yaitu unit-unit usaha dalam berbagai bidang di seluruh Indonesia secara bertahap dan berkelanjutan untuk memastikan C-Voucher berharga, bernilai dan di akui oleh hukum.
- 3) Perusahaan rutin mengadakan berbagai pelatihan, edukasi dan motivasi untuk anggota GoChamp agar setiap anggota memiliki peningkatan kapasitas diri untuk hidup yang lebih baik dan mumpuni.

3. Produk GoChamp

Selain memiliki C-Voucher sebagai produk utamanya, GoChamp juga memiliki beberapa produk lainnya seperti:

- a. C-Pay;
- b. C-Cash;
- c. C-Points;
- d. C-Ticket;
- e. C-Gold;
- f. C-Token;
- g. C-Shares; dan
- h. C-Stocks.

4. Champion Ventures

Champion Ventures merupakan kantor GoChamp, dimana pada kantor tersebut juga berdiri banyak usaha UKM dan UMKM yang menjadi mitra atau *stockist* GoChamp. Saat ini Champion Ventures sudah berdiri di dua kota besar di Indonesia, yaitu di kota Batam dan Lombok.⁷⁰

Berbagai jenis usaha UKM dan UMKM yang menempati Champion Ventures antara lain yaitu:

- a. Foodchamp;
- b. C-Outlet;
- c. C-Lounge;
- d. C-Stay;
- e. Champion Café;
- f. Champion Charity;
- g. Champion Mart;
- h. Champion Hotel;
- i. Pegadaian Juara; dan
- j. Koperasi Juara.

B. Marketing Plan Bisnis C-Voucher GoChamp

GoChamp adalah suatu bisnis dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama yang memasarkan C-Voucher sebagai produk utamanya dimana bisnis ini berbasis aplikasi yang juga dinamai GoChamp dimana dalam

⁷⁰ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022)

aplikasi ini sudah tersedia berbagai macam fitur yang menunjang proses jual beli C-Voucher GoChamp. Produk C-Voucher dipasarkan dengan metode jaringan pemasaran yang dikembangkan melalui kerjasama antara GoChamp dengan *stockist* atau mitra usaha yang telah mendaftarkan produk barang atau jasanya dalam aplikasi GoChamp. Kerjasama ini merupakan suatu bentuk kerjasama yang diistilahkan sebagai *direct selling* atau penjualan langsung dalam dunia bisnis MLM.⁷¹ Penjualan langsung (*Direct Selling*) adalah suatu metode penjualan barang dan atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerjasama atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.⁷²

1. Perekrutan Member

Sama seperti halnya bisnis MLM pada umumnya, GoChamp juga memiliki sistem perekrutan member baru dengan model Afiliasi. Perekrutan ini dilakukan oleh member lama GoChamp sebagai Affiliate dengan membagikan referral link yang dimilikinya kepada calon anggota baru, yang mana apabila usaha perekrutan ini berhasil dan member baru tersebut melakukan pembelian C-Voucher, maka secara otomatis Affiliate akan memperoleh bonus atau komisi sebesar 30% atas prestasinya dalam penjualan C-Voucher.⁷³

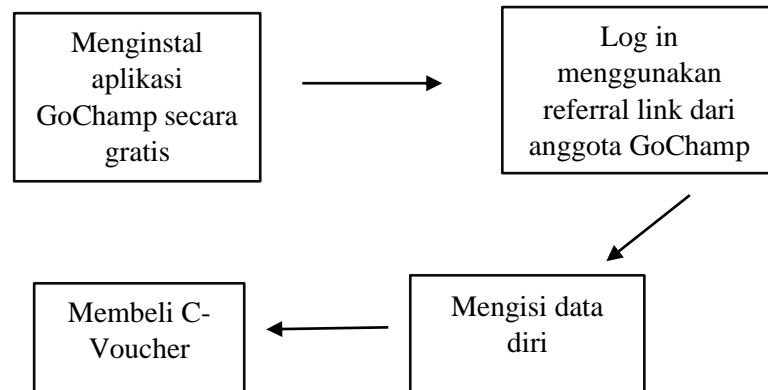
⁷¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 16.

⁷² Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung, Ketentuan Umum, Bab I, Pasal 1 Ayat 1

⁷³ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022)

2. Pendaftaran Member

Pendaftaran yang harus dilakukan ketika seseorang ingin bergabung menjadi anggota GoChamp adalah sebagai berikut:



3. Model Keanggotaan

GoChamp memiliki dua level model keanggotaan yang ditentukan dari jumlah akumulasi C-Voucher yang telah dibeli, yaitu:

No.	Level Member	Akumulasi pembelian C-Voucher
1.	Basic Member	Mulai dari Rp 10.000 - < Rp 2.000.000
2.	Golden Member	Telah mencapai Rp 2.000.000 dan seterusnya.

4. Alokasi Hasil Penjualan

Hasil penjualan C-Voucher sebesar 30% dialokasikan untuk komisi penjualan C-Voucher, dan sebesar 70% di alokasikan untuk berbagai program hadiah, bonus atau komisi hingga pemasaran yang terangkum kedalam berbagai macam fasilitas GoChamp.

Beberapa fasilitas GoChamp yaitu:

- a. Mitra UMKM,
- b. Pelatihan UMKM,
- c. Golden Team,
- d. Event,
- e. Lucky Draw,
- f. Basecamp,
- g. Games,
- h. Golden Academy,
- i. Golden Reward,
- j. Merchant Branding,
- k. Car Branding,
- l. Painting Branding,
- m. Santunan Kecelakaan, dan
- n. Santunan Kematian.

5. *Stockist*/Mitra GoChamp

Stockist/mitra GoChamp merupakan golongan pengusaha UKM dan UMKM yang bekerjasama dengan GoChamp dimana pihak ini menyediakan produk atau jasa yang dapat ditukarkan dengan C-Voucher dan telah diiklankan pada aplikasi GoChamp.

Keberadaan *stockist*/mitra GoChamp sendiri adalah sebagai suatu wadah untuk penukaran C-Voucher yang dibeli oleh anggota GoChamp. Hingga saat ini GoChamp telah memiliki mitra sebanyak 400 mitra dengan berbagai produk dan jasa yang ditawarkan, seperti restoran, penjahit pakaian, pembelian pulsa, pembelian produk kecantikan, hotel, rental mobil, dan masih banyak lagi produk dan jasa yang disediakan oleh *stockist* atau mitra GoChamp bagai pemegang C-Voucher GoChamp.⁷⁴

6. Jaminan Penukaran C-Vocher

Dalam hal jaminan penukaran C-Voucher, GoChamp memberikan batas (masa berlaku) selama satu tahun bagi pemegang C-Voucher untuk menggunakannya sebagai potongan belanja di *stockist*/mitra yang telah bekerjasama dengan GoChamp. Adapun untuk jaminan lainnya terkait ketersediaan barang atau jasa diserahkan kepada masing-masing *stockist*/mitra dengan syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh masing-masing *stockist*/mitra.

⁷⁴ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022)

C. Analisis Data dan Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

1. Mekanisme Bisnis C-Voucher oleh GoChamp

Dalam menemukan bagaimana mekanisme bisnis yang dilakukan oleh GoChamp dalam bisnis C-Voucher, haruslah diketahui terlebih dahulu bagaimana *marketing plan* bisnis C-Voucher oleh GoChamp yang berstatus sebagai panduan langkah pemasaran produk yang akan dilakukan oleh GoChamp untuk mencapai tujuannya. Mekanisme bisnis adalah serangkaian langkah atau kegiatan yang saling terkait satu sama lain yang ditugaskan kepada setiap pemangku kepentingan untuk pekerjaan tertentu guna memberikan produk atau layanan kepada pelanggan.⁷⁵

Berdasarkan paparan data sebelumnya terkait *marketing plan* bisnis C-Voucher oleh GoChamp, maka mekanisme bisnis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Perekrutan dan Pendaftaran Member

Pendaftaran member baru dapat dilakukan dengan menginstal aplikasi GoChamp secara gratis, kemudian *log in* melalui *refferall link* yang didapatkan dari pihak GoChamp yang merupakan anggota lama GoChamp. Hal ini berarti seseorang yang ingin bergabung menjadi anggota GoChamp memang tidak dipungut biaya seperpun (gratis)

⁷⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 58.

dalam pendaftarannya pada aplikasi. Akan tetapi untuk dapat mengakses aplikasi GoChamp, calon member harus mendapatkan *referral link* terlebih dahulu, dimana *referral link* ini hanya disediakan oleh pihak GoChamp yang berstatus sebagai member lama atau member GoChamp yang sebelumnya mengenalkan GoChamp kepada calon member.⁷⁶ Disinilah letak sistem Afiliasi yang digunakan oleh GoChamp dalam perekrutan anggota barunya. Sistem Afiliasi sendiri merupakan model pemasaran yang memberikan kesempatan kepada pihak luar untuk bergabung menjadi bagian dari sebuah bisnis.⁷⁷

Untuk mengetahui apakah suatu bisnis MLM itu baik atau tidak, salah satunya dapat dilihat dari pendaftarannya yang tidak mewajibkan uang pendaftaran yang terlalu mahal. Dengan demikian uang pendaftaran yang dikeluarkan untuk mendaftar sebagai anggota baru haruslah relatif terjangkau.⁷⁸

Pendaftaran calon member baru GoChamp bersifat gratis dan hanya membutuhkan penginstalan aplikasi dan *referral link* dari pihak GoChamp. Kedua hal ini tidak membutuhkan biaya apapun, sehingga keadaan ini sudah memenuhi salah satu syarat MLM yang baik.

⁷⁶ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022)

⁷⁷ Kholida Qothrunnada, "Apa itu Afiliasi?", *DetikFinance*, 05 April 2022, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6017392/apa-itu-afiliasi-ini-penjelasan-dan-cara-kerjanya>, diakses pada 14 Juni 2022.

⁷⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 32.

2) Pembelian C-Voucher

Setelah melakukan pengisian data-data yang diperlukan, member baru sudah dapat melakukan pembelian C-Voucher lewat fitur yang sudah tersedia pada aplikasi GoChamp. Pembelian C-Voucher dilakukan dengan metode transfer bank atau transfer C-Voucher oleh anggota lain dengan kode atau *barcode* yang telah disediakan dalam aplikasi.

Pembelian C-Voucher dapat dilakukan dengan nominal mulai dari RP 10.000 dan kelipatannya. Setelah melakukan top-up C-Voucher barulah saldo C-Voucher akan masuk ke akun member dan dapat ditukarkan sebagai potongan harga (diskon) pada *stockist/mitra* GoChamp.

3) Keanggotaan GoChamp

GoChamp memiliki beberapa level atau tingkatan untuk anggota atau membernya. Level atau tingkatan ini ditentukan dari akumulasi jumlah C-Voucher yang telah dibeli oleh member. Adapun level tersebut adalah sebagai berikut:

No.	Level Member	Akumulasi pembelian C-Voucher
1.	Basic Member	Mulai dari Rp 10.000 - < Rp 2.000.000
2.	Golden Member	Telah mencapai Rp 2.000.000 dan seterusnya.

Seseorang yang baru bergabung, menginstal aplikasi dan melakukan pembelian C-Voucher pada kisaran Rp 10.000 – < Rp

2.000.000 merupakan member dengan level Basic Member. Sementara member yang akumulasi pembelian C-Vouchernya telah mencapai kisaran lebih dari Rp 2.000.000 maka secara otomatis member tersebut akan langsung naik dari level Basic Member ke level Golden Member.

Perbedaan kedua level ini terletak pada banyaknya reward yang didapatkan dari transaksi pembelian C-Voucher yang dilakukan kemudian.⁷⁹ Selain itu, terkait kenaikan level member ini, pihak GoChamp memberikan kebebasan penuh kepada setiap member untuk menentukan apakah ingin melanjutkan keanggotaannya di GoChamp atau tidak. Tidak ada unsur pemaksaan apapun kepada member terkait keputusan untuk melanjutkan keanggotaannya dalam bisnis C-Voucher GoChamp atau tidak.⁸⁰ Hal ini sesuai dengan ketentuan bermuamalah dalam syariat Islam bahwa suatu kegiatan muamalah haruslah dilakukan dengan suka sama suka atau saling ridha diantara pihak yang melakukan akad sehingga tidak boleh terdapat unsur pemaksaan. Seperti yang telah difimankan Allah Swt dalam Al-Qur'an Surah An-Nisaa' ayat 29:

⁷⁹ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

⁸⁰ Aditya, wawancara.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁸¹

Rasulullah SAW juga bersabda dalam hadist tentang jual beli yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dan Baihaqie:

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ. (متفق عليه)

Artinya: “Jual beli itu hanya sah bila saling merelakan.”⁸²

4) Produk

Untuk menentukan apakah suatu bisnis MLM telah menjalankan usahanya sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku, salah satunya dapat diketahui dari produk yang dipasarkannya.⁸³ Bagian inilah yang menjadi fokus utama penulis

⁸¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 47.

⁸² Dr. Beni Ahmad Soebani, *Hukum Ekonomi Syariah & Akad Syariah Di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), 65.

⁸³ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 35.

untuk dapat mengetahui kedudukan C-Voucher yang menjadi produk utama GoChamp dalam bisnis yang dijalankannya dan berkedudukan sebagai *ma'qud Alaih*.

Secara umum *ma'qud alaih* adalah objek pada jual beli dimana dalam hal ini bisa merujuk pada harta yang dijadikan sebagai alat tukar oleh pihak-pihak yang berakad baik dalam rupa barang ataupun jasa. Ulama fiqih sepakat bahwasannya suatu jual beli dianggap sah apabila *ma'qud alaih* adalah barang yang tetap atau bermanfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat oleh orang-orang yang berakad, bukan merupakan kepemilikan orang lain, serta tidak adanya larangan dari syara' terkait keberadaan *ma'qud alaih* tersebut.⁸⁴

Adapun beberapa kriteria spesifik yang menyangkut produk (*ma'qud alaih*) yang dipasarkan pada usaha MLM Syariah, yaitu:⁸⁵

a) Ada transaksi *riil* (*delivery of good or services*) atas barang atau jasa yang diperjualbelikan.

Hal ini berarti transaksi yang dilakukan bukan hanya sebagai formalitas saja, akan tetapi benar-benar transaksi yang dilakukan atas terjadinya jual beli suatu barang nyata yang dalam kasus ini adalah C-Voucher. Keberadaan C-Voucher sebagai suatu produk yang dipasarkan dalam bisnis GoChamp bukanlah semata-mata hanya voucher belanja saja, akan tetapi

⁸⁴ Rasjid, Sulaiman, *Fiqih Islam*, (Jakarta: Attahiriyah, 1967), 64.

⁸⁵ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 113.

juga harus dapat ditukarkan sebagaimana fungsinya. Hal ini sesuai dengan Ketentuan Umum yang ada dalam Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS) yang menyebutkan bahwa:

“Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.”⁸⁶

C-Voucher sebagai barang yang diperjualbelikan dalam bisnis GoChamp merupakan benda digital yang kepemilikannya merupakan hak dari masing-masing pemegangnya dan dapat dipergunakan sebagai potongan belanja untuk barang-barang yang dikehendaki sendiri oleh konsumen pemegang C-Voucher pada mitra-mitra GoChamp yang telah mengiklankan usahanya dalam aplikasi GoChamp.⁸⁷

Pemilihan barang atau jasa yang dikehendaki oleh konsumen dapat disesuaikan sendiri oleh konsumen terkait jenis dan alamatnya. GoChamp menyediakan *track* alamat mitra-mitranya yang memudahkan konsumen untuk

⁸⁶ DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS)

⁸⁷ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

menukarkan C-Voucher yang dimilikinya. Penukaran C-Voucher pun disesuaikan dengan syarat dan ketentuan masing-masing mitra yang tertera pada beranda pengiklanan produk mitra GoChamp dalam aplikasinya, sehingga deal transaksi yang terjadi merupakan kesepakatan yang benar-benar terjadi diantara pihak konsumen sebagai pemilik C-Voucher dan pihak mitra GoChamp sebagai penyedia barang atau jasa.

Bagi suatu MLM yang baik, alur distribusi barang atau jasa yang jelas, mulai dari perusahaan penjualan langsung sampai ke konsumen akhir merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Hal ini sangat menentukan untuk menilai apakah transaksi yang dilakukan benar-benar *riil* (*delivery of good or services*) atas barang atau jasa yang diperjualbelikan. karna rantai perjalanan sebuah produk dari tangan pertama sampai ke konsumen akhir bisa dilacak secara jelas oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.⁸⁸

- b) Barang dan jasa diupayakan kebutuhan pokok, bukan barang mewah yang mendorong pada konsumerisme dan pemborosan.

Menurut Zygmunt Bauman, konsumerisme merupakan situasi dimana seseorang membeli berbagai barang semata-mata karena didasari oleh suatu keinginan membeli dan bukan

⁸⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 35.

karena suatu sebab adanya kebutuhan. Hal ini disebabkan oleh suatu hasrat atau keinginan berlebihan seseorang terhadap barang-barang mewah yang keberadaannya digunakan sebagai persaingan sosial di lingkungannya.⁸⁹

Adanya fenomena konsumerisme tentu saja akan berdampak pada sifat boros atau berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta. Dalam Islam, aturan terkait membelanjakan suatu harta dapat ditemukan salah satunya pada firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Furqon Ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: *“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan sesungguhnya (pembelanjaan itu) di antara keduanya secara wajar”*⁹⁰

Menurut Ibnu Katsir dalam tafsirnya: *“Orang yang bersikap demikian adalah orang yang tidak boros dalam memanfaatkan harta sampai berbelanja melebihi kebutuhan*

⁸⁹ David Lyon, *“Zygmunt Bauman: Consuming Life”*, (Cambridge: Polity Press, 2007), 165

⁹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : PT Syaamil Cipta Media 2005), 366.

dan tidak pula kikir terhadap keluarganya sampai mengurangi hak-hak mereka dan tidak memberikan kecukupan bagi mereka. Dia berlaku adil, sederhana dan bertindak yang terbaik. Sebaik-baik perkara adalah yang pertengahan dan tidak berlebih-lebihan.”⁹¹

Berbagai macam jenis produk dan jasa yang ditawarkan oleh GoChamp melalui mitra-mitranya yang mengiklankan produknya dalam aplikasi GoChamp. Mulai dari restoran, penjahit, toko pakaian, toko sembako, pembelian pulsa, pembelian produk kecantikan atau kesehatan, hotel atau penginapan, rental mobil, dan banyak masih lagi produk-produk yang berasal dari usaha UKM dan UMKM.⁹²

Berdasarkan fakta tersebut maka dapat diketahui berbagai produk barang atau jasa yang disediakan GoChamp bagi konsumen yang memiliki C-Voucher sangat beragam dan merupakan produk-produk yang bersifat kebutuhan karena pada dasarnya produk-produk tersebut berasal dari usaha UKM dan UMKM.

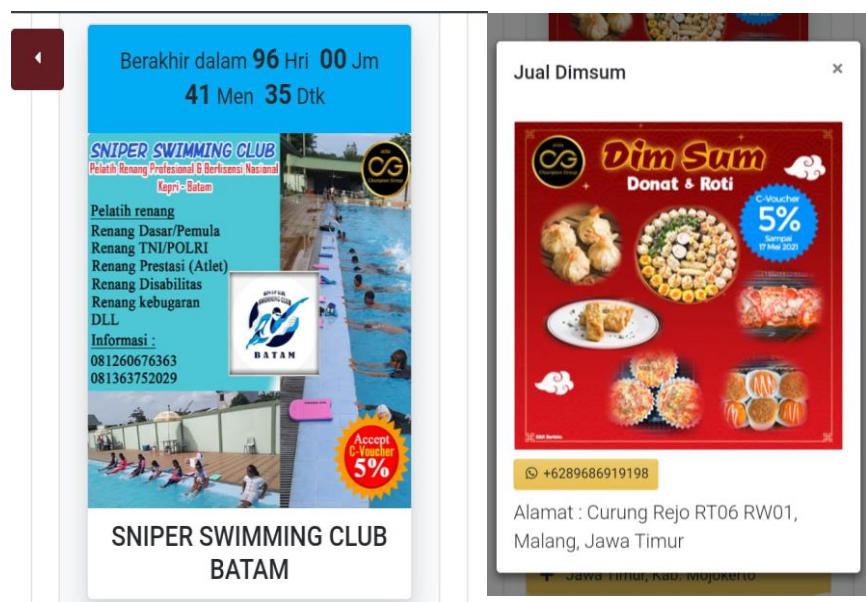
⁹¹ Dr. Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsirr Ibnu Katsir Juz 3*, (Jakarta: Pustaka Imam Asy Syafii), 325.

⁹² Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

- c) Terdapat produk yang dijual, baik berupa jasa atau barang kebutuhan pokok.

Keberadaan C-Voucher sebagai produk digital merupakan Voucher belanja yang berfungsi sebagai potongan harga yang dapat ditukarkan dengan suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh masing-masing mitra GoChamp.

Berbagai produk yang ditawarkan oleh GoChamp melalui ratusan mitra yang bekerjasama dengan GoChamp antara lain restoran, penjahit, toko pakaian, toko sembako, pembelian pulsa, pembelian produk kecantikan atau kesehatan, hotel atau penginapan, rental mobil, dan banyak masih lagi produk-produk yang berasal dari usaha UKM dan UMKM.⁹³



⁹³ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).



- d) Barang dan jasa yang diperjualbelikan jelas kehalalannya, lebih baik lagi jika dibuktikan dengan hasil penelitian dari pihak berwenang.

Dalam hukum Islam kehalalan suatu produk yang diperjual belikan merupakan suatu aturan yang harus diperhatikan secara serius untuk mencapai sahnya suatu jual beli yang dilakukan. Sementara terkait kehalalan suatu produk C-Voucher, PT. Juara Usaha Bersama telah mengantongi berbagai perizinan terkait bisnis yang dijalankannya, seperti izin komersial hingga izin usaha.

Aditya, sebagai pihak dari GoChamp yang menjabat sebagai Merchant Branding GoChamp mengatakan:

“Izin penjualan C-Voucher sudah mendapatkan izin dari Kementerian Perdagangan.”⁹⁴

Akan tetapi terkait kehalalan suatu produk yang ditawarkan oleh mitra GoChamp, tidak ada jaminan kehalalan dari pihak GoChamp. Hal ini dikarenakan GoChamp menerima seluruh usaha UKM dan UMKM dari kalangan manapun yang ingin bekerjasama dengan GoChamp. Dengan kenyataan demikian, maka kehalalan suatu produk yang ditawarkan oleh mitra GoChamp sebagai barang atau jasa yang bisa ditukarkan dengan C-Voucher, kehalalannya diserahkan kepada masing-masing mitranya.⁹⁵ Hal ini tentu saja mengharuskan konsumen C-Voucher untuk lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang akan ditukarkan dengan C-Voucher yang dimilikinya.

- e) Tidak ada *excessive mark up* atas harga produk yang diperjualbelikan diatas *covering* biaya promosi dan marketing konvensional.

Excessive mark up adalah batas marjin berlebihan yang berkaitan dengan hal-hal lain diluar biaya.⁹⁶ Maksudnya adalah adanya suatu tindakan menaikkan secara berlebihan harga suatu

⁹⁴ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

⁹⁵ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

⁹⁶ DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS)

produk sehingga menyimpang dari aturan yang berlaku.⁹⁷ Dalam hal ini yang dinaikkan secara berlebihan adalah harga suatu produk yang dipasarkan dalam suatu bisnis Penjualan langsung atau MLM. Oleh karenanya, harga yang ditawarkan untuk sebuah produk yang dipasarkan harus sesuai dengan kualitas atau manfaat yang akan diperoleh oleh konsumen dari suatu produk yang dibelinya sehingga tidak ada salah satu pihak yang akan dirugikan dalam bisnis tersebut.⁹⁸

Tidak diperbolehkannya adanya *excessive mark up*, karena hal ini termasuk dalam aspek eksploitasi terhadap konsumen yang mana tindakan seperti ini sangat dilarang oleh Rasulullah SAW, bahwa menjual suatu barang kepada konsumen yang membutuhkan dengan mengeksploitasi kondisinya itu sangat dilarang.⁹⁹ Akan tetapi biaya yang berlebihan dari produk dan kualitas yang tidak sesuai itu tergantung dari konsumen yang menggunakan, apakah harga yang mereka bayarkan sesuai dengan kualitas yang mereka dapatkan atau tidak.¹⁰⁰

Terkait *excessive mark up* pada bisnis C-Voucher oleh GoChamp penulis tidak menemukan adanya kenaikan pada

⁹⁷ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 24.

⁹⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 25.

⁹⁹ A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah, Terj. Anshari Thayib*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu Offset, 1997), 100.

¹⁰⁰ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 88.

suatu harga yang dibandrolkan pada penjualan C-Voucher. C-Voucher dapat dibeli konsumen mulai kisaran harga Rp 10.000 dan kelipatannya hingga nominal yang dikehendaki oleh konsumen sendiri.¹⁰¹ Dengan demikian maka harga penjualan C-Voucher sudah memenuhi aturan yang berlaku.

- f) Memiliki jaminan dikembalikan (*buy buck guarantee*), sebagai bagian dari layanan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengembalikan jika barang yang dibelinya ternyata tidak berkualitas atau rusak.

Adanya suatu jaminan yang diberikan kepada konsumen dalam suatu jual beli sangat penting keberadaannya guna menjamin hak-hak yang dimiliki konsumen khususnya terkait produk yang diperjualbelikan. Jaminan tersebut dapat meliputi banyak hal seperti ketersediaan produk, kehalalan suatu produk, kualitas dan manfaat suatu produk, sampai jaminan dikembalikan apabila suatu produk yang dibeli ternyata memiliki kecacatan yang bukan disebabkan oleh si pembeli.¹⁰²

¹⁰¹ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

¹⁰² Prof. Dr. H. Juhaya S. Pradja, M.A., *Hukum Ekonomi & Akad Syariah di Indonesia*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2007), 171.

Dalam hal jaminan, GoChamp memberikan jaminan kepada konsumen hanya terkait masa berlaku C-Voucher selama satu tahun.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Aditya selaku Merchant Branding GoChamp, terkait jaminan dalam bisnis C-Voucher beliau menjelaskan bahwa:

“Champion Voucher terjamin hanya dalam penggunaan di beberapa stockist. Namun karena bersifat penjualan putus maka tidak ada jaminan produk C-Voucher bisa di jual kembali ke perusahaan kapan saja.”¹⁰³

Dengan demikian berarti adanya jaminan yang diberikan oleh GoChamp kepada konsumen C-Voucher adalah terkait penggunaan atau penukaran C-Voucher di beberapa *stockist*nya. Akan tetapi terkait jaminan dikembalikan GoChamp tidak memberikan jaminan tersebut disebabkan sifat penjualan C-Voucher dari GoChamp kepada konsumen merupakan penjualan putus.

Penjualan putus merupakan suatu sistem jual beli yang mengikutsertakan pemindahan resiko (*transfer of risk*) barang yang dibeli secara langsung kepada pembelinya. Dengan demikian pihak penjual sudah tidak bertanggung jawab lagi

¹⁰³ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan barang yang telah dijualnya. Maksud dari pemindahan resiko ini adalah apabila terjadi kerusakan barang dan hal-hal lain yang berkemungkinan timbul dari barang tersebut, maka seluruh resiko kerugian adalah mutlak menjadi tanggungan pembeli itu sendiri. Dengan begitu penjual sudah tidak menanggung lagi seluruh resiko yang ditimbulkan.¹⁰⁴

“Stock barang di tentukan oleh Stockist atau toko yang menjual produk tersebut. Namun ada beberapa stockist yang menjamin ketersediaannya dan terjamin hingga kapan saja bisa menggunakan Champion Voucher. C-Voucher bebas digunakan untuk belanja di stockist dengan syarat dan ketentuan dari masing-masing stockist”¹⁰⁵

Konsumen C-Voucher masih mendapat jaminan atas barang yang dibelinya dari mitra GoChamp. Jaminan ini berupa jaminan penukaran C-Voucher atas suatu produk atau barang yang dikehendaknya dimana hal ini diatur dengan syarat dan ketentuan yang dikeluarkan oleh masing-masing mitra GoChamp. Dengan adanya jaminan ketersediaan barang, maka konsumen sebagai pemegang C-Voucher secara tidak langsung juga mendapatkan

¹⁰⁴ Muhammad Syamsudin, “*Mengenal Akad Jual Beli Putus dalam Islam*”, El-Samsi, 23 April 2022, <https://el-samsi.com/jual-beli-putus-dalam-islam/>, diakses tanggal 27 Juni 2022.

¹⁰⁵ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

sebuah kepastian terkait produk barang atau jasa yang akan ia tukarkan dengan C-Voucher yang dimilikinya.

Selain jaminan terkait masa berlaku dan ketersediaan produk, GoChamp juga telah menyediakan fasilitas pemesanan secara online bagi member atau anggota yang tidak dapat menukarkan C-Voucher yang dimilikinya secara langsung. Dengan demikian anggota yang domisilinya jauh dari tempat mitra GoChamp yang dikehendakinya berada, dapat melakukan penukaran C-Voucher secara online dan tetap mendapatkan hak nya dengan cara pengiriman produk yang disepakati kedua belah pihak.¹⁰⁶

- g) Lebih *afdhal* jika barang atau jasa yang dijual diproduksi oleh saudara seiman untuk menjamin kehalalannya.

Ketersediaan barang sebagai suatu produk yang dapat ditukarkan dengan C-Voucher merupakan kuasa dari masing-masing mitra GoChamp. GoChamp bekerjasama dengan mitra-mitranya yang berasal dari kalangan pengusaha UKM dan UMKM tanpa memberikan batasan terkait produk apa yang akan dipasarkan.

“Dari ratusan mitra yang mengiklankan usahanya di GoChamp, sebagian merupakan produk halal dan sebagian lagi non-halal. Hal ini karena GoChamp tidak hanya berfokus pada UKM atau UMKM yang halal-halal saja, tapi kita

¹⁰⁶ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

*memang fokusnya menyediakan sebuah platform bagi siapapun yang ingin mengiklankan produknya di GoChamp dan tidak ada aturan terkait hal itu. Jadi kami memang punya mitra yang menjual produk-produk non-halal”.*¹⁰⁷

Berdasarkan pernyataan dari Bapak Aditya selaku salah satu narasumber dari pihak perusahaan dalam penelitian ini, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa jaminan kehalalan suatu produk yang dijual mitra GoChamp ditanggung oleh masing-masing mitra. Hal ini juga bergantung kembali pada pilihan masing-masing pemegang C-Voucher selaku konsumen untuk memilih toko mana yang akan ia beli produknya dengan C-Voucher. Hal ini berkaitan juga dengan kenyataan dilapangan yang mana terkait jaminan penukaran C-Voucher terhadap produk atau jasa memang diatur dengan syarat dan ketentuan yang dikeluarkan oleh masing-masing mitra sendiri.

Dengan demikian, GoChamp tidak memberikan jaminan kehalalan atas suatu produk yang disediakan oleh mitra sebagai produk barang atau jasa yang dapat ditukarkan dengan C-Voucher. Jaminan kehalalan suatu produk ditentukan oleh masing-masing mitra karena GoChamp menerima UKM dan UMKM dari golongan manapun yang ingin bekerjasama dengan GoChamp untuk memasarkan produknya dalam

¹⁰⁷ Aditya, wawancara, (Malang, 25 Mei 2022)

aplikasi GoChamp. Dengan kenyataan seperti ini, maka terkait halal dan haramnya suatu produk yang dikehendaki oleh masing-masing konsumen harus dipastikan sendiri oleh konsumen dengan memperhatikan jenis produk barang atau jasa yang dapat ditanyakan kepada masing-masing mitra GoChamp sebelum menukarkan C-Voucher.¹⁰⁸

5) Sistem Afiliasi dan Komisi atau Bonus

Pada umumnya perekrutan member baru yang dilakukan oleh member lama selalu ada pada bisnis MLM, termasuk GoChamp. GoChamp memiliki sistem perekrutan member dengan sistem afiliasi.

Afiliasi adalah bentuk kerja sama antara dua pihak yang memanfaatkan jaringan sosial dengan maksud memperkenalkan sebuah produk di bawah naungan suatu brand tertentu. Dalam suatu bisnis yang menggunakan sistem afiliasi, terdapat tiga pihak yang terlibat dalam program afiliasi, yaitu Merchant, Affiliate, dan Customer. Merchant adalah pihak yang memiliki bisnis dan ingin memperkenalkannya kepada publik untuk menjangkau pasar dengan tujuan agar potensi pembelian meningkat. Dalam bisnis GoChamp, pihak merchant disini adalah pihak GoChamp sebagai pemilik bisnis. Selanjutnya, Affiliate, yaitu pihak yang dipercaya Merchant untuk diajak bekerjasama dengan membantu mempromosikan bisnisnya,

¹⁰⁸ Aditya, wawancara, (Malang, 25 Mei 2022).

dan dalam bisnis GoChamp pihak Affiliate sendiri dapat berasal dari anggota-anggota GoChamp yang berstatus sebagai konsumen ataupun mitra usahanya. Terakhir, adalah pihak yang berposisi sebagai Customer, yaitu pihak yang ditargetkan oleh Merchant untuk membeli barang yang dipasarkan. Customer yang ditargetkan oleh bisnis GoChamp tentu saja siapapun yang memiliki ketertarikan untuk membeli produk GoChamp, khususnya C-Voucher.¹⁰⁹

Dalam dunia bisnis MLM, dengan adanya suatu *action* yang harus dilakukan oleh seorang Affiliate, maka tentu saja ia akan mendapatkan bonus atau komisi sebagai bentuk imbalan atas prestasinya dalam keberhasilan penjualan suatu produk yang ditawarkan.¹¹⁰ Hal ini sangat kental sekali dalam dunia bisnis MLM karena adanya suatu dorongan motivasi untuk mendapatkan suatu penghasilan dari prestasi yang berhasil dilakukan. Komisi atau bonus ini juga berlaku dalam bisnis GoChamp, dimana pada setiap terjadi pembelian C-Voucher baru, maka secara otomatis GoChamp memberikan bonus atau komisi sebesar 30% sebagai bentuk bagi hasil dari penjualan C-Voucher tersebut kepada member yang berhasil memperkenalkan GoChamp dan membagi *referral link* nya pada Customer hingga terjadi suatu pembelian C-Voucher.¹¹¹

¹⁰⁹ Irawan, *Mengenal Pengertian Afiliasi, Contoh, Keuntungan & Kekurangan*, Jagoan Hosting, 17 Desember 2021, <https://www.jagoanhosting.com/blog/afiliasi-adalah/>, diakses pada 28 Juni 2022.

¹¹⁰ Irawan, *Mengenal Pengertian Afiliasi, Contoh, Keuntungan & Kekurangan*.

¹¹¹ Aditya, wawancara, (Malang, 15 April 2022).

Dalam suatu usaha MLM, keberadaan komisi atau bonus haruslah didasarkan pada prestasi kerja nyata yang berhasil dilakukan oleh seorang member. Terkait besarnya pun harus jelas dan tidak boleh berlebihan sehingga menimbulkan *ighra'*.¹¹² *Ighra'* adalah iming-iming atau *insentif* berlebihan yang dijanjikan sebagai suatu motivasi bagi seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan lebih keras¹¹³, dimana dalam dunia MLM *ighra'* berkemungkinan besar menyebabkan lalainya member terhadap tugasnya untuk menjual suatu produk yang beralih pada tugas yang lebih difokuskan untuk mendapatkan keuntungan semata.¹¹⁴

Dengan demikian pada sistem bisnis MLM yang benar, adanya komisi atau bonus sama sekali bukan karena lebih awal atau lebih lama bergabung dengan usaha MLM yang diikuti. Tapi benar-benar karena si distributor berhasil menunjukkan prestasi yang luar biasa dan menjadikan bisnis MLM yang diikutinya meraih peningkatan omzet penjualan yang luar biasa pula.¹¹⁵

¹¹² DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS)

¹¹³ Shofwan Jauhari, *Fatwa MUI Mengenai MLM* (STIU: Dirosat Islamiyah Al-Hikmah, 2013).

¹¹⁴ Muhammad Syamsudin, *Analisis Atas Skema Ponzi Bisnis Eco Racing*, (NU Online, 11 Maret 2021), <https://www.nu.or.id/opini/analisis-atas-skema-ponzi-bisnis-eco-racing-plHu7>, diakses pada 19 Juni 2022.

¹¹⁵ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 53-54.

2. Bisnis C-Voucher oleh GoChamp Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Lahirnya Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) merupakan sebuah jawaban atas merebaknya isu praktik *money game* yang dilakukan oleh bisnis MLM di Indonesia. Fatwa ini merupakan jawaban sekaligus pegangan yang harus ditaati oleh setiap bisnis MLM untuk menjalankan bisnisnya dengan baik dan sesuai aturan yang berlaku dimana hal ini sangat penting dilakukan sebab bisnis MLM termasuk salah satu bisnis yang banyak diminati kalangan masyarakat Indonesia.¹¹⁶ Dalam fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) untuk menghindari terjadinya praktik *money game*, DSN MUI mengeluarkan beberapa ketentuan penting dalam pelaksanaan bisnis MLM dimana ketentuan tersebut berkaitan dengan kedudukan produk dan cara perolehan komisi/bonus.

Berkaitan dengan kesesuaian bisnis C-Voucher oleh GoChamp dengan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang didalamnya mengatur bisnis MLM secara keseluruhan, khususnya terkait ketentuan mengenai produk yang diperjualbelikan dalam bisnis MLM, penulis berusaha menganalisis hal-hal

¹¹⁶ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 80.

yang disebutkan dalam ketentuan hukum dalam fatwa tersebut dengan kenyataan yang penulis temukan dilapangan terkait bisnis C-Voucher oleh GoChamp sebagai berikut:

1. Adanya objek transaksi *riil* yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.¹¹⁷

Ketentuan terkait adanya objek transaksi *riil* ini tertuang dalam Ketentuan Hukum Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada pasal 1 sebagai berikut:

“Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.”

Definisi terkait barang dan produk jasa menurut ketentuan umum dalam Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah sebagai berikut:¹¹⁸

- 1) Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

¹¹⁷ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 1

¹¹⁸ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Umum Pasal 2 dan 3

- 2) Produk Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

GoChamp adalah sebuah aplikasi dibawah naungan perusahaan PT. Juara Usaha Bersama yang saat ini fokus bergerak pada penjualan C-Voucher yang merupakan bentuk voucher belanja digital. C-Voucher telah mendapatkan izin dari Menteri perdagangan terkait keberadaannya sebagai suatu produk yang diperjualbelikan.

Adapun terkait produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh mitra GoChamp sebagai suatu produk yang dapat ditukarkan dengan C-Voucher oleh konsumen telah memiliki jaminan ketersediaan barang dari masing-masing mitra GoChamp. Selain itu adanya fasilitas pemesanan secara online sangat memudahkan konsumen C-Voucher untuk menjangkau mitra GoChamp yang dikehendakinya sehingga produk yang diinginkan benar-benar dapat diambil manfaatnya.

Dengan demikian maka keberadaan C-Voucher bukan hanya sebagai kamufase belaka, akan tetapi benar-benar ada suatu produk yang dipasarkan sebagai suatu objek jual beli nyata yang mana wujud dan manfaatnya dapat dirasakan oleh pihak pembeli.

2. Barang atau produk jasa yang diperjualbelikan bukan merupakan sesuatu yang diharamkan.¹¹⁹

Sesuai dengan Ketentuan Hukum Pasal 2 dalam Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang berbunyi:

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

Allah Swt telah memberi aturan terkait objek jual beli yang tertuang dalam QS An-Nisa’ (4) Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ

الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”*¹²⁰

GoChamp memasarkan C-Voucher sebagai suatu voucher belanja digital yang dapat ditukarkan dengan produk barang atau jasa

¹¹⁹ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 2

¹²⁰ Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya (Bandung: PT Syaamil Cipta Media 2005), 83.

dan dapat dijamin kehalalannya. Akan tetapi terkait kehalalan produk barang atau jasa yang menjadi objek penukaran menggunakan C-Voucher, GoChamp menyerahkannya pada setiap syarat dan ketentuan pada masing-masing mitranya. Hal ini dikarenakan GoChamp tidak membatasi siapapun yang ingin bergabung menjadi mitra dan mengiklankan usahanya dalam aplikasi GoChamp sehingga GoChamp memang mengiklankan segala macam produk dan jasa baik itu halal ataupun non-halal. Dengan demikian terkait kehalalan suatu produk dikembalikan pada masing-masing konsumen untuk menentukan sendiri produk atau jasa mana yang akan ia pilih untuk ditukarkan dengan C-Voucher yang dimilikinya.

3. Transaksi dalam perdagangan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan maksiat. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 3)

Gharar sendiri dijelaskan lebih lanjut dalam fatwa sebagai suatu ketidakjelasan dalam akad terkait kualitas dan kuantitas objek akad, *Maysir*, sebagai ketidakjelasan dalam tujuan akad, *Riba*, suatu tambahan yang diberikan dari harga asal, *Dharar*, suatu transaksi yang dapat merugikan, *Zulum* atau kezaliman dan maksiat.

Penjualan C-Voucher memiliki jaminan penukaran pada setiap mitra atau *stockist* GoChamp dimana penukarannya disesuaikan berdasarkan syarat dan ketentuan yang dikeluarkan oleh masing-

masing mitra. Konsumen yang hendak menukarkan C-Vouchernya dapat melakukan *cross check* terlebih dahulu melalui aplikasi GoChamp terkait toko yang akan dipilih untuk menghindari kemungkinan ketidaksesuaian barang atau jasa yang akan ditukarkan dengan C-Voucher.

4. Tidak ada biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 4)

Dalam ketentuan Umum, definisi *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.¹²¹ Hal ini diatur untuk menghindari adanya kerugian pihak konsumen yang diakibatkan karena adanya ketidaksesuaian antara harga dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh.¹²²

Sejauh ini dalam bisnis C-Voucher oleh GoChamp belum pernah menemukan adanya keluhan dari konsumen terkait ketidaksesuaian barang atau jasa yang diterimanya dari mitra atau *stockist* yang konsumen pilih.

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau

¹²¹ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Umum Pasal 10.

¹²² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 78.

produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 5)

Penghasilan yang didasarkan atas adanya prestasi kerja nyata ini bertujuan untuk menghindari perolehan *passive income* yang dapat menyebabkan terjadinya *ighra*'. Hal ini berhubungan dengan pasal 8 dalam Ketentuan Hukum yang menyebutkan bahwa perolehan komisi atau bonus yang diberikan perusahaan oleh anggota tidak boleh menimbulkan *ighra*'.¹²³

GoChamp memberikan komisi kepada anggotanya setelah terjadinya transaksi pembelian C-Voucher baru yang berhasil dijual oleh anggota lama melalui *referral link* miliknya kepada anggota baru. Keberhasilan ini merupakan suatu bentuk prestasi yang mendapatkan hadiah berupa komisi.

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. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 6)

¹²³ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 8

GoChamp memberikan bonus sebesar 30% dari total penjualan C-Voucher yang berhasil dilakukan oleh anggotanya.

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 7)

GoChamp memberikan bonus atau komisi pada membernya saat terjadi suatu penjualan C-Voucher baru dimana komisi atau bonus sebesar 30% secara otomatis akan langsung didapatkan oleh pihak yang telah berhasil menjual C-Voucher baru.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 8).

Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.¹²⁴

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. (Fatwa No.

¹²⁴ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Umum Pasal 8

75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 9)

Dalam pembagian bonus antar member dalam GoChamp sudah ditentukan besarnya. Keuntungan ini didapatkan dari keberhasilan suatu member dalam penjualan setiap C-Voucher kepada member baru.

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. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 10)

Perekrutan dalam GoChamp menggunakan sistem afiliasi yang dilakukan dengan pembelian produk C-Voucher baru oleh member baru yang berhasil dipromosikan oleh anggota lama.

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 11)

12. Tidak melakukan *Money Game*. (Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Hukum Pasal 12)

Dalam fatwa MUI dijelaskan bahwa *money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.¹²⁵

Keberadaan jaminan terkait penukaran C-Voucher dan jaminan ketersediaan barang/jasa oleh mitra atau *stockist* merupakan suatu bukti bahwa keberadaan C-Voucher sendiri bukan merupakan suatu kamufase dalam bisnis GoChamp.

¹²⁵ Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), Ketentuan Umum Pasal 9

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan pada pemaparan yang didapat dari data lapangan maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. GoChamp adalah sebuah bisnis MLM berbasis aplikasi dibawah naungan PT. Juara Usaha Bersama dengan bentuk aplikasi penjualan C-Voucher yang memiliki model *marketing plan* yang sama seperti bisnis MLM pada umumnya. Keberadaan C-Voucher dan produk yang disediakan oleh Go-Champ dan mitranya memiliki fasilitas berupa beberapa jaminan terkait penukarannya. Adapun komisi yang didapatkan oleh anggota dalam bisnis C-Voucher merupakan bentuk hadiah atas prestasi keberhasilannya dalam penjualan C-Voucher.
2. Berdasarkan perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), bisnis C-Voucher oleh GoChamp telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang dipersyaratkan khususnya ketentuan terkait perolehan komisi yang didasarkan atas adanya prestasi serta keberadaan produk yang diperjualbelikan memiliki jaminan terkait penukarannya. Dengan demikian, terkait keberadaan C-Voucher sebagai barang yang diperjualbelikan dalam bisnis GoChamp bukanlah suatu kamufase belaka.

B. Saran

Dari pemaparan dan kesimpulan diatas, maka dapat diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Juara Usaha Bersama yang menaungi GoChamp, seyogyanya mematuhi dan menerapkan pedoman yang ada dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sebagai suatu bisnis *Multi Level Marketing* dan menjaga sistem bisnisnya agar berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah utamanya terkait aturan kehalalan produk yang disediakan oleh mitra.
2. Bagi mitra/*stockist* GoChamp, sebaiknya memberikan jaminan kepada konsumen terkait ketersediaan dan kehalalan barang yang diiklankan dalam aplikasi GoChamp agar konsumen mendapat kejelasan terkait penukaran C-Voucher yang dimilikinya untuk barang yang dikehendaki.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad, Aiyub. *Fikih Lelang: Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif*. Jakarta: Kiswah, 2004.
- Aisyah, Lyandra. *Pengantar Bisnis*, Banten: UNPAM PRESS, 2019.
- Asikin, Amiruddin Zainal. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Press, 2006.
- Dewan Syariah Nasional MUI. *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*, Bandung: Pustaka Setia, 2008.
- Echols, John M. dan Shadily, Hasan. *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary cet. Ke-4*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer: Teori Dan Praktik*. Malang: Uin Maliki Malang Press, 2018.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Islahi, A. A. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah, Terj. Anshari Thayib*, Surabaya: PT. Bina Ilmu Offset, 1997
- J. Clothier, Peter. *Multi Level Marketing a Practical Guide to Successful Network Selling, Meraih uang dengan Multi Level Marketing, Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang sukses, Cet. Ke-4, Terjemahan T. Hermaya*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Jauhari, Shofwan. *Fatwa MUI Mengenai MLM*, STIU: Dirosat Islamiyah Al-Hikmah, 2013.
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*. Tangerang: Amal Actual, 2005.

- Lyon, David. *Zygmunt Bauman: Consuming Life*, Cambridge: Polity Press, 2007.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: PT Prasetya Widya Pratama, 2000.
- Musyafa'ah, Suqiyah, dkk. *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam I*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013.
- Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Pradja, Juhaya S, *Hukum Ekonomi & Akad Syariah di Indonesia*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2007.
- Rasjid, Sulaiman, *Fiqh Islam*. Jakarta: Attahiriyah, 1976.
- Roller, David. *How to Make Big Money in Multi Level Marketing, Menjadi Kaya dengan Multi Level Marketing, Terjemahan Waskito, Cet. Ke-2*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Soebani, Beni Ahmad. *Hukum Ekonomi Syariah & Akad Syariah Di Indonesia*, Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Sudiarti, Sri. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Medan: Febi Uin Su Press, 2018.
- Syafe'i, Rachmat. *Fikih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Syarifuddin, Amir. *Ushul Fikih*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Wahbah Zuhaili. *al-Fiqh al-Islamy wa 'Adillatuhu Jilid 5. Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Cet.1*. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002.
- Yazid, Muhammad. *Hukum Ekonomi Islam*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Yusuf Qardhawi, *Al-Fatwa Baina'l Iintibath wat Tasayyub: Fatwa antara Ketelitian dan Kecerobohan*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Kitab

Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Tafsirr Ibnu Katsir Juz 3*, Jakarta: Pustaka Imam Asy Syafii.

Jurnal/Artikel

Muzaki, Ahmad. “Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)”, *Asy-Syari`ah: Jurnal Hukum Islam* Vol.6, No.2, (2020): 115

Website:

Irawan, “Mengenal Pengertian Afiliasi, Contoh, Keuntungan & Kekurangan”, *Jagoan Hosting*, 17 Desember 2021, <https://www.jagoanhosting.com/blog/afiliasi-adalah/>

Khansa Khairana, “Pengawasan OJK Terhadap Bisnis Multi Level Marketing”, *Kompasiana*, 18 Oktober 2017, diakses 16 September 2022, https://www.kompasiana.com/khansakhairina/59e72b8b147f96253610d272/pengawasan-ojk-terhadap-bisnis-multi-level-marketing?page=2&page_images=1

Kholida Qothrunnada, “Apa itu Afiliasi?”, *DetikFinance*, 05 April 2022, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6017392/apa-itu-afiliasi-ini-penjelasan-dan-cara-kerjanya>, diakses pada 14 Juni 2022.

Muhammad Syamsudin, “Analisis Atas Skema Ponzi Bisnis Eco Racing”, *NU Online*, 11 Maret 2021), <https://www.nu.or.id/opini/analisis-atas-skema-ponzi-bisnis-eco-racing-plHu7>

Muhammad Syamsudin, “Fiqih Jual Beli: Syarat dan Macam-macamnya”, *NU Online*, 24 Agustus 2018, diakses pada 20 Januari 2022, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/fiqih-jual-beli-syarat-sah-dan-macam-macamnya-xv2re>

Muhammad Syamsudin, “Go-Champion Praktik Money Game Berkedok Donasi”, *NU Online*, 8 Juni 2021, diakses 25 April 2022, <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/go-champion-praktik-money-game-berkedok-donasi-YLJzD>

Muhammad Syamsudin, “Mengenal Akad Jual Beli Putus dalam Islam”, *El-Samsi*, 23 April 2022, <https://el-samsi.com/jual-beli-putus-dalam-islam/>

Reza Iqbal, “7 Bisnis MLM Paling Populer di Indonesia”, IDN Times, 10 April 2018, diakses 16 September 2022, <https://www.idntimes.com/business/economy/reza-iqbal/bisnis-mlm-terpopuler-di-indonesia?page=all>

Peraturan Perundang-Undangan

DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syari’ah (PLBS)

Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung

Lampiran



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341)559399
Website: <http://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail: syariah@uin-malang.ac.id

Nomor : B- 2589 /F.Sy.1/TL.01/03/2022
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Malang, 29 Maret 2022

Kepada Yth.
Pimpinan Go-Champion
Ruko Centre Point No.12 Jl. Suprpto, Buliang, Batu Aji, Batam

Assalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir/skripsi mahasiswa kami:

Nama : Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu
NIM : 18220092
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

mohon diperkenankan untuk mengadakan penelitian dengan judul :
**BISNIS C-VOUCHER OLEH GO-CHAMPION PERSPEKTIF FATWA DSN MUI
NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG
BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan
Riau)**, pada instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum wa Rahmatullah wa Barakatuh

Scan Untuk Verifikasi



Caenul Mahmudi
n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik.

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah
3. Kabag. Tata Usaha

**PT. JUARA USAHA BERSAMA**

Komplek Ruko Batu Aji Center Point No. 11,12 & 12A
Jl. R. Suprpto, Buliang, Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau 29438
Telp : 08117091119 Email : juarusahabersama@gmail.com

Hal: Balasan

Kepada Yth :
Wakil Dekan Bidang Akademik
Bapak Zaenul Mahmudi

Menerangkan bahwa,

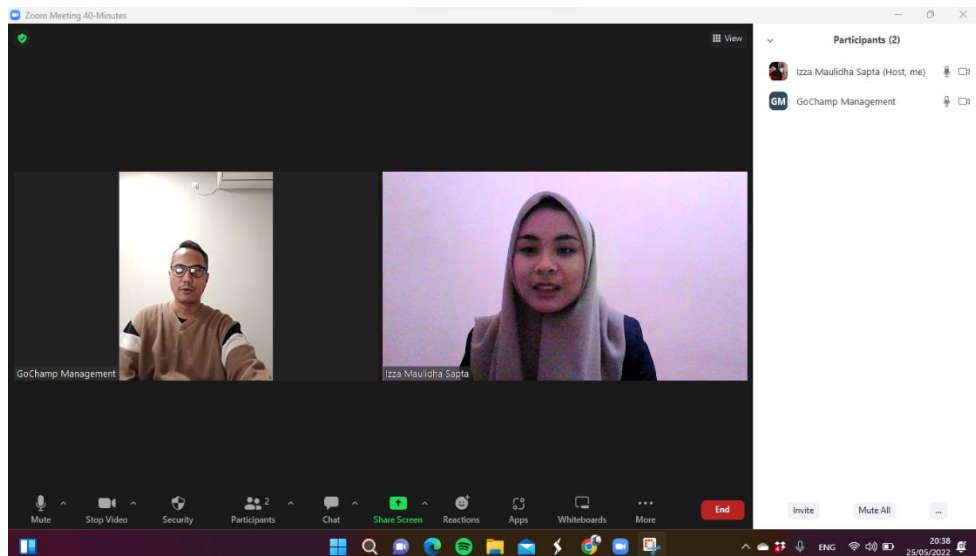
Nama : Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu
NIM : 18220092
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian dengan judul :
**BISNIS C-VOUCHER OLEH GOCHAMP PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO: 75/DSN-
MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH
(PLBS) (Studi di Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau)**

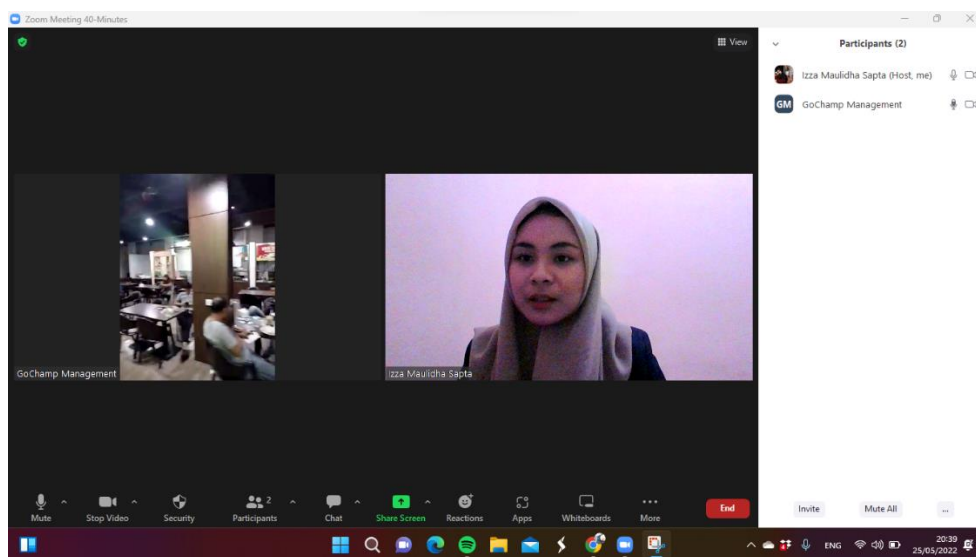
Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Batam, 04 April 2022

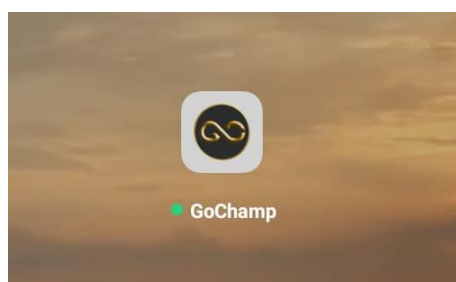

PT. JUARA USAHA BERSAMA
Adi JP



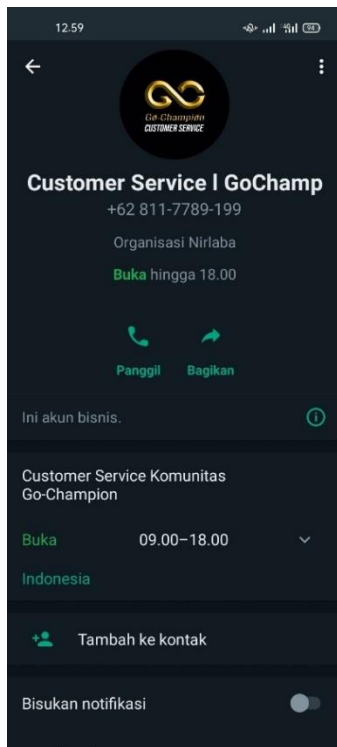
Wawancara dengan Bapak Aditya Selaku Merchant Branding GoChamp.



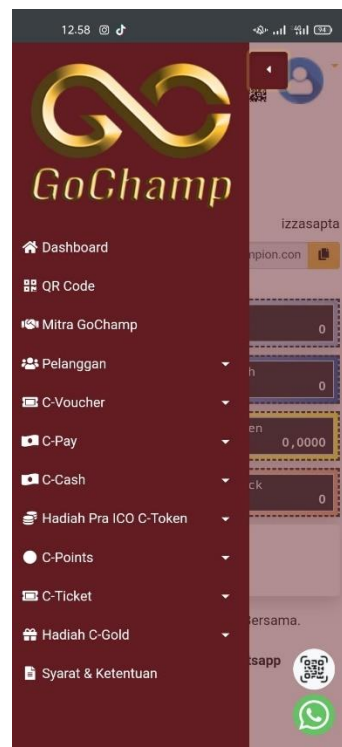
Bapak Aditya menunjukkan Kondisi Gedung Kantor GoChamp (Champion Ventures)



Aplikasi GoChamp



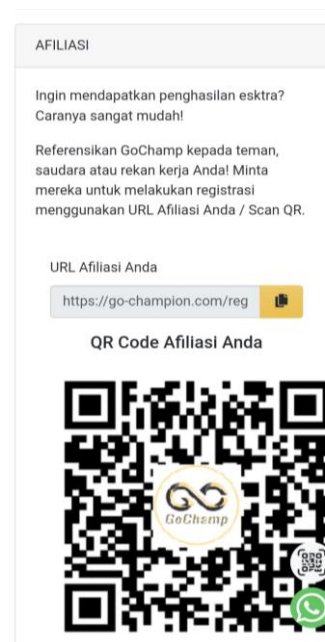
Customer Service GoChamp via WhatsApp



Menu dalam aplikasi GoChamp



Beranda Aplikasi GoChamp



Barcode Afiliasi member GoChamp

Daftar Kota Mitra GoChamp dalam Aplikasi GoChamp

←

BASIC MEMBER

Daftar Kota Mitra

- + Jawa Barat, Cirebon, Desa Waruroyom
- + Jawa Timur, Kota Bayuwangi
- + INDONESIA
- + Kepulauan Riau, Kota Batam
- + Kepulauan Riau, Kota Tanjungpinang
- + Kepulauan Riau, Kab. Bintan
- + Kepulauan Riau, Kab. Karimun
- + Riau, Kota Pekanbaru
- + Riau, Kab. Kepulauan Meranti
- + Riau, Kab. Bengkalis
- + Riau, Kab. Siak
- + Riau, Kab. Indragiri Hulu
- + Riau, Kab. Pelalawan
- + Sumatera Utara, Kota Medan
- + Sumatera Utara, Kab. Langkat
- + Sumatera Barat, Kota Bukittinggi
- + Sumatera Barat, Kab. Pesisir Selatan

←

BASIC MEMBER

- + Sumatera Utara, Kab. Langkat
- + Sumatera Barat, Kota Bukittinggi
- + Sumatera Barat, Kab. Pesisir Selatan
- + Jambi, Kota Jambi
- + Lampung, Kab. Pringsewu
- + Lampung, Kab. Lampung Tengah
- + Banten, Kota Tangerang
- + Banten, Kota Cilegon
- + Banten, Kab. Pandeglang
- + DKI Jakarta, Jakarta Pusat
- + DKI Jakarta, Jakarta Utara
- + DKI Jakarta, Jakarta Barat
- + DKI Jakarta, Jakarta Timur
- + DKI Jakarta, Jakarta Selatan
- + Jawa Barat, Kota Bandung
- + Jawa Barat, Kab. Ciamis
- + Jawa Barat, Kota Bekasi
- + Jawa Barat, Kab. Cirebon
- + Jawa Barat, Kab. Sumedang
- + Jawa Barat, Kota Bogor
- + Jawa Barat, Kab. Karawang

←

BASIC MEMBER

- + Bali, Kab. Karangasem
- + Bali, Kab. Gianyar
- + Bali, Kab. Buleleng
- + Nusa Tenggara Barat, Kota Mataram
- + Nusa Tenggara Barat, Kab. Lombok Tengah
- + Nusa Tenggara Barat, Kab. Lombok Timur
- + Nusa Tenggara Timur, Kota Kupang
- + Nusa Tenggara Timur, Kab. Rote Ndao
- + Nusa Tenggara Timur, Kab. Sikka
- + Nusa Tenggara Timur, Kota Ende
- + Kalimantan Barat, Kota Singkawang
- + Kalimantan Timur, Kab. Kutai Kartanegara
- + Kalimantan Barat, Kota Pontianak
- + Kalimantan Timur, Kota Bontang
- + Kalimantan Selatan, Kab. Banjar
- + Sulawesi Utara, Kota Manado
- + Sulawesi Utara, Kab. Minahasa
- + Sulawesi Selatan, Kota Makassar
- + Sulawesi Selatan, Kab. Bone

←

BASIC MEMBER

- + Jawa Tengah, Kota Surakarta/Solo
- + Jawa Tengah, Kab. Purbalingga
- + Jawa Tengah, Kab. Pati
- + Jawa Tengah, Kota Pekalongan
- + Jawa Tengah, Kab. Banyumas
- + DI Yogyakarta, Kota Yogyakarta
- + DI Yogyakarta, Kab. Bantul
- + DI Yogyakarta, Kab. Sleman
- + Jawa Timur, Kota Surabaya
- + Jawa Timur, Kota Kediri
- + Jawa Timur, Kab. Bangkalan
- + Jawa Timur, Kab. Sampang
- + Jawa Timur, Kab. Trenggalek
- + Jawa Timur, Kab. Malang
- + Jawa Timur, Kab. Tulungagung
- + Jawa Timur, Kab. Sidoarjo
- + Jawa Timur, Kab. Banyuwangi
- + Jawa Timur, Kab. Gresik
- + Jawa Timur, Kab. Tuban
- + Jawa Timur, Kab. Probolinggo
- + Jawa Timur, Kab. Pasuruan



Gedung Kantor GoChamp di Batam (Champion Ventures)



Pamflet produk Mitra GoChamp yang tersebar diseluruh Indonesia

Daftar Pertanyaan / Interview

List pertanyaan wawancara GOCHAMP

1. Apa yang dimaksud GoChamp?
2. Apakah bisnis GoChamp ini termasuk MLM?
3. Produk apa saja yang dikeluarkan oleh GoChamp?
4. Apakah C-Voucher itu?
5. Jumlah anggota GoChamp saat ini? Tersebar dimana saja? Apakah ada yang diluar kota Batam?
6. Berapa biaya yang harus dikeluarkan seseorang untuk dapat mendaftar sebagai anggota go-champ?
7. Seberapa banyak mitra/stockist GoChamp untuk menukarkan C-Voucher? Terpusat atautkah tersebar disetiap kota?
8. Adakah ketentuan-ketentuan tertentu yang harus dipenuhi untuk dapat menukarkan C-Voucher?
9. Bagaimana skema bisnis C-Voucher ini berjalan? Mulai dari pendaftaran sampai penukaran C-Voucher?
10. Berapa nominal yang harus dikeluarkan calon anggota yang ingin membeli C-Voucher?
11. Dialokasikan untuk apa saja nominal yang dikeluarkan untuk membeli C-Voucher?
12. Adakah jenis atau tingkatan tertentu dalam pembelian C-Voucher?

13. Apakah ada sistem perekrutan anggota baru oleh anggota lama dalam sistem penjualan C-Voucher?
14. Adakah komisi atau bonus yang diberikan kepada anggota terkait bisnis C-Voucher ini? Dari mana asalnya bonus atau komisi?
15. Bagaimana mekanisme pembagian dan penerimaan bonus atau komisi bagi setiap anggota?
16. Produk apa saja yang diperjualbelikan sebagai produk yang dapat ditukar dengan c-voucher yang telah dibeli anggota?
17. Apakah semua produk yang ditawarkan sebagai barang yang dapat dibeli dengan C-Voucher terjamin ketersediaannya?
18. Adakah jaminan yang diberikan kepada anggota atas jual beli C-Voucher ini?
19. Adakah kemungkinan C-Voucher hangus?
20. Adakah kemungkinan C-Voucher boleh untuk tidak ditukarkan oleh anggota?
21. Jika voucher boleh untuk tidak ditukarkan, maka uang yang dikeluarkan anggota untuk membeli c-voucher ini untuk apa?
22. Adakah jaminan yang diberikan oleh GoChamp apabila anggota tidak dapat menukarkan C-Vouchernya (dengan kendala2 yang ada seperti jarak yang terlalu jauh, dll)?
23. Adakah layanan yang disediakan GoChamp untuk menampung keluhan2 dari anggota apabila ia tidak dapat menukarkan C-Vouchernya atau terkait kendala2 yang ditemui terkait penukaran C-Voucher ini?

24. Apakah bisnis GoChamp ini sudah mendapatkan pengawasan dari pihak berwenang terkait bisnis yang dijalankan?
25. Jika Go-Champ adalah bisnis syariah, menggunakan akad apa?
26. Sempat beredar isu terkait adanya praktik money game oleh GoChamp yang didasarkan pada keberadaan C-Voucher sebagai produk yang dijual berstatus hanya sebagai pengelabuan saja, bagaimana tanggapan bapak/ibu?

List Pertanyaan Mitra Gochamp

1. Cara mendaftar menjadi mitra gochamp?
2. Apakah ada biaya?
3. Apakah sebagai mitra, bapak/ibu juga berstatus sebagai anggota gochamp?
4. Sebagai mitra, apa yang bapak jual?
5. Bagaimana sistem penukaran c-voucher di toko bapak?
6. Sejauh ini apakah ada kendala yang bapak temui sebagai mitra?
7. Seberapa banyak pelanggan toko bapak yang menggunakan c-voucher?
8. Apakah bapak menyediakan jaminan penukaran c-voucher bagi konsumen?
9. Jika konsumen berdomisili jauh dari tempat toko bapak berada, bagaimana penukaran c-voucher dilakukan?
10. Sejauh mana bapak menjamin ketersediaan barang yang dapat ditukarkan dengan c-voucher di toko bapak sebagai mitra GoChamp?
11. Apa syarat dan ketentuan penukaran c-voucher di toko bapak?

12. Apakah bapak/ibu juga melakukan promosi produk yang bapak jual untuk menarik pembeli menggunakan C-Voucher?
13. Apakah bapak/ibu pernah mendapat keluhan terkait ketidaksesuaian barang/jasa yang didapatkan oleh konsumen?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Izza Maulidha Sapta Ning Wahyu
 Tempat Tanggal Lahir : Lumajang, 17 Juni 1999
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat Asal : Dsn. Krajan, RT/RW 005/004, Ds. Kandang Tepus, Kec. Senduro, Kab Lumajang, Jawa Timur
 Nomor Telepon (Whatsapp) : 081231976085
 E-Mail : izzasapta.is@gmail.com
 Media Sosial (Instagram) : @odstrreezr



Riwayat Pendidikan

Jenjang	Nama Sekolah	Tempat/Kota	Tahun Lulus
SD	SDN. Kandang Tepus 04	Lumajang	2012
SMP	MTs. Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng	Jombang	2015
SMA	MA. Salafiyah Syafi'iyah Tebuireng	Jombang	2018
S1	UIN Maulana Malik Ibrahim	Malang	2022

Pengalaman Organisasi

No.	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun Kepengurusan
1.	HMJ Hukum Ekonomi Syariah UIN Malang	Anggota Departemen Jurnalistik	2019-2020
2.	KWAT Malang Raya	CO Divisi Sastra	2020-2021
3.	KWAT Malang Raya	Sekretaris	2021-2022