

**BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF HUKUM POSITIF
DAN HUKUM ISLAM**

(Studi Kasus PT.Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

SKRIPSI

Dosen Pembimbing :

Dwi Hidayatul Firdaus,M.Si



Diajukan Oleh :

Athi' Maziidatul Hikmah

NIM. 18220053

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

**BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF HUKUM POSITIF
DAN HUKUM ISLAM**

(Studi Kasus PT.Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

SKRIPSI

Dosen Pembimbing :

Dwi Hidayatul Firdaus,M.Si



Diajukan Oleh :

Athi' Maziidatul Hikmah

NIM. 18220053

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

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrohim,

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

BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

(Studi Kasus PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

Benar-benar karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindahkan data dan mengambil milik orang lain, kecuali yang disebutkan di referensinya secara benar, jika dikemudian hari terbukti skripsi ini disusun oleh orang lain, ada penjiplakan, duplikasi atau memindah data orang lain baik sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang penulis peroleh karenanya batal demi hukum.

Malang, 02 Februari 2023

Penulis,



Handwritten signature of Maziidatul Hikmah

Maziidatul Hikmah
NIM. 18220053

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Athi' Maziidatul Hikmah NIM. 18220053, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

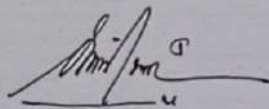
BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

(Studi Kasus PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

Pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diujikan dihadapan Dewan Penguji.

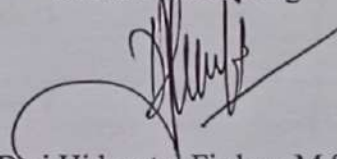
Malang, 02 Februari 2023

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 19740819 200003 1 002

Dosen Pembimbing



Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si
NIP. 198212252015031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 559399, Faksimile (03441) 559399

Website : <http://syariah.uin-malang.ac.id/>

BUKTI KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Athi' Maziidatul Hikmah
NIM : 18220053
Fakultas / Jurusan : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si
Judul : BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF
HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM (Studi Kasus
PT.Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	11 Agustus 2022	Proposal	
2	19 Agustus 2022	Revisi Proposal	
3	06 September 2022	Acc Proposal	
4	28 September 2022	Bab I, II, III	
5	30 November 2022	Revisi Bab I, II, III	
6	26 Desember 2022	Bab IV	
7	30 Januari 2023	Revisi Bab IV	
8	26 Desember 2022	Bab V	
9	30 Januari 2023	Revisi Bab V	
10	02 Februari 2023	Acc Skripsi	

Malang, 02 Februari 2023

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 19740819 200003 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi Saudara Athi' Maziidatul Hikmah NIM 18220053,
Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF HUKUM POSITIF
DAN HUKUM ISLAM**
(Studi Kasus PT.Orindo Alam Ayu atau Oriflame)

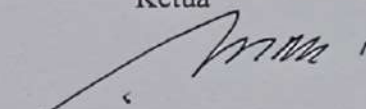
Telah dinyatakan lulus dengan nilai : 85

Dewan Penguji :

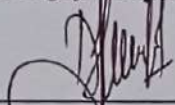
1. Dr. Khoirul Hidayah, M.H.
NIP. 197801302009121002
2. Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.H.
NIP. 196807152000031001
3. Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si
NIP. 198212252015031002



Ketua



Penguji Utama



Sekretaris


Malang, 02 Maret 2023
Dekan

Dr. Sudirman, M.A
NIP. 19770822200501 1003

MOTTO

“Setiap usaha pernah surut, setiap bisnis pernah redup, cahaya yang dibutuhkan
adalah sikap pantang menyerah”

KATA PENGANTAR

Allhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kita kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa kita panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menjadikan suri tauladan bagi kita semua. Dengan segala puja dan puji syukur serta dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi dengan judul “Aspek Hukum Islam Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Fatwa DSN MUI (Studi Kasus PT.Orindo Alam Ayu atau Oriflame) dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan suatu syarat bagi mahasiswa pendidikan strata 1 (S1) agar dapat memperoleh gelar pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dengan menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik secara materiil mau non materiil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang tiada tara kepada :

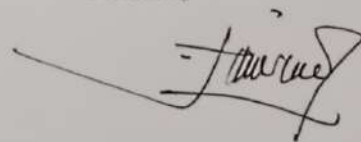
1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah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

4. Dwi Hidayatul Firdaus,M.Si., selaku Dosen pembimbing skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih atas waktu beliau dalam membimbing penulis agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Dr. Noer Yasin,M.HI., selaku Dosen wali penulis dalam selama menempuh pendidikan di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis ucapkan terimakasih atas bimbingan serta perhatian dari awal proses perkuliahan hingga akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas ilmu, bimbingan serta pengalaman selama proses pembelajaran di banggu perkuliaham. Semoga segala tindakan yang telah diajarkan oleh seluruh dosen senantiasa dinilai ibadah oleh Allah SWT.
7. Ucapan cinta dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga penulis, Bapak Rujito Hadi, Ibu Mariyatul Qibtiyah,S.Pd, Adek Delfina Rosyidatus Sa'adah, dan Nenek Muzammah, serta keluarga besar Bani Syarifuddin yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik berupa materi, semangat, kasih sayang serta perhatian dan selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh mahasiwa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2018 yang telah berjuang bersama mulai awal hingga akhir selesainya masa perkuliahan ini.

9. Seluruh teman seperantauan, Saudara-saudara Organisasi Himalaya yang telah memberikan bantuan, pengalaman, cerita serta semangat selama penulis berproses di bangku perkuliahan.
10. Kedua teman saya Lailatul Badriyah (Nyonya Al Ghifary) serta Fitri Halimatus Sakdiyah (Istri Kim Namjoon) yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Support sistem saya, M. Aris Muslim yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini serta seluruh pihak yang telah membantu, penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

Terselesaikannya laporan ini sekaligus adanya harapan bagi penulis agar ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Pada penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan. Penulis memohon agar pembaca dapat memberikan saran serta kritikan demi perbaikan di masa datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, *Aamiin*.

Malang, 02 Februari 2023
Penulis,



Athi' Maziidatul Hikmah
NIM. 18220053

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi adalah pemindahan tulisan Arab kedalam tulisan Indonesia (Latin), bukan merupakan bentuk terjemahan Arab ke dalam bahasa Indonesia. Yang termasuk dalam kategori ini adalah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bahasa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan dalam bahasa nasionalnya, atau seperti halnya yang tertulis dalam buku rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote ataupun daftar pustaka, tetap menggunakan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan terkait transliterasi yang dapat digunakan dalam karya ilmiah, baik sesuai dengan ketentuan internasional, nasional atau ketentuan yang digunakan khusus oleh penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang adalah EYD plus yang menggunakan ketentuan transliterasi sesuai dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1987, 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 di lambangkan
ب	B

ت	T
ث	Ts
ج	J
ح	H
خ	Kh
د	D
ذ	Dz
ر	R
ز	Z
س	S
ش	Sy
ص	Sh
ض	Dl
ط	Th
ظ	Dl
ع	' (koma menghadap atas)
غ	Gh
ف	F
ق	Q
ك	K
ل	L
م	M
ن	N
و	W
ه	H
ي	Y

Hamzah (ح) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak di

lambangkan, apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dapat di lambangkan, apabila terletak di tengah atau di akhir kata, maka di lambangkan dengan tanda koma atas (“), terbalik dengan () untuk lambang pengganti “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal fathah ditulis “a”, kasrah dengan “i”, dhommah dengan “u”, sedangkan bacaan masing-masing ditulis sebagai berikut :

Vokal	Panjang	Diftong
a = Fathah	A	قال
i = Kasroh	I	قيل
u = Dhommah	U	دون

Khusus bacaan ya’ nisbat, tidak boleh diganti dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakahirnya. Begitupun dengan suara daftong, wawu dan ya’ setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut :

Diftong	Contoh
و	قول
ي	خير

D. Ta Marbuthah (ة)

Ta’ Marbuthah ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila ta’ marbuthah di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” contohnya : المصلحة المرسالة

menjadi mashlah mursalah, atau apabila di tengah kalimat yang berbentuk mudlaf mudlafilayh maka di transliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambung dengan kalimat berikutnya contohnya : **في رحمة الله** menjadi *fi rahmatillah*

E. Kata Sandang dan Lafadz al-Jalalah

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

1. Al- Imam al- Bukhairy mengatakan
2. Al- Bukhairy dalam muaqaddimah kitabnya menjelaskan
3. Masya’Allah kana wa lam yasya’ lam yakun
4. Billah ‘azza wa jalla

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

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

Perhatikan contoh berikut :

“...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapus nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka

bumi Indonesia, dengan salah satu caranya pengintensifan salat di berbagai kantor, namun...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid” , “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan xix dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan di indonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-Rahman Wahid”, “Amin Rais” dan bukan ditulis dengan “shalat”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN LITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACK	xxii
المستخلص	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Operasional	9
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kerangka Teori	17
a. Bisnis Multi Level Marketing	17
b. Bisnis Multi Level Marketing dalam Pandangan Islam	19
c. Fatwa DSN – MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	22
d. Bisnis Multi Level Marketing Konvensional	30

e. Teori dan Asas Akad Muamalah	33
f. Teori Akad Jual Beli	46
g. Teori <i>Reward</i> atau Penghargaan Menurut Hukum Islam	58

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	61
B. Pendekatan Penelitian	62
C. Sumber Data	62
D. Lokasi Penelitian	63
E. Metode Pengumpulan Data	63
F. Metode Pengolahan Data	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Pemaparan Hasil	67
1. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Bisnis Multi Level Marketing Oriflame	67
2. Visi Misi Oriflame	69
3. Keunggulan Produk Oriflame	69
4. Produk-Produk Oriflame	70
5. Mekanisme Bisnis Oriflame	72
6. Jenjang Karir Oriflame	76
7. Mekanisme Reward Perusahaan Oriflame	83
8. Analisis Mekanisme Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Tinjauan Hukum Syariah	86
9. Analisis Multi Level Marketing Perusahaan Oriflame Menurut Hukum Positif	93
10. Analisis Bisnis Multi Level Marketing Menurut Fatwa DSN-MUI	96

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 5.1 Cara Menghitung Keuntungan Langsung Dalam Penjualan Produk	74
Tabel 7.1 <i>Performance Discount</i>	77
Tabel 8.1 Daftar Harga Produk Oriflame	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Contoh Reward di Bulan Desember	73
Gambar 6.1 Perhitungan Point dan Bonus	76
Gambar 6.2 Success Plan Oriflame 1	76
Gambar 6.3 Success Plan Oriflame 2	77

ABSTRAK

Athi' Maziidatul Hikmah, 18220053, 2022, **Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam (Studi Kasus PT.Orindo Alam Ayu)**, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing Dwi Hidayatul Firdaus,M.Si

Kata Kunci : *Multi Level Marketing*, Fatwa DSN-MUI, Oriflame

Multi Level Marketing merupakan kegiatan pemasaran barang yang dilakukan dengan menerapkan sistem pemasaran secara bertingkat melalui jenjang level. Di Indonesia saat ini mulai banyak perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran ini, kehadiran *Multi Level Marketing* dikalangan masyarakat dapat dilihat sangat legal dimata umum. Masyarakat seringkali menganggap *Multi Level Marketing* sebagai kegiatan money game, hal ini disebabkan oleh bonus yang seringkali diterima oleh para member. Tidak sedikit masyarakat yang mengetahui dasar hukum dari sistem pemasaran ini baik secara dasar hukum konvensional ataupun dasar hukum syariah.

Penelitian ini adalah penelitian empiris, karena penulis ingin melakukan penelitian terkait mekanisme yang digunakan pada perusahaan oriflame sesuai dengan ketentuan-ketentuan Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah serta Permendag No 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Adapun metode pengolahan data, penulis menggunakan pemeriksaan data, klasifikasi, analisis data dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah disebutkan didalam fatwa DSN MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah serta Permendag No 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung perusahaan oriflame telah menjalankan bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada. Perusahaan oriflame telah menunjukkan sebagai perusahaan penjualan langsung (*direct selling*) dan *Multi Level Marketing* yang legal dimata hukum, yang telah memiliki kredibilitas dalam menjalankan mekanisme penjualannya.

ABSTRACT

Athi' Maziidatul Hikmah, 18220053, 2022, **Business Multi Level Marketing Positive Legal Perspective and Islamic Law (Case Study of PT.Orindo Alam Ayu)**, Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor Dwi Hidayatul Firdaus, M.Si

Keyword : *Multi Level Marketing*, Fatwa DSN-MUI, Oriflame

Multi-Level Marketing is a product marketing activity carried out by implementing a multi-level marketing system through levels. In Indonesia, many companies are now starting to implement this marketing system, the presence of Multi-Level Marketing among the public can be seen as very legal in the eyes of the public. People often perceive Multi Level Marketing as a money game activity, this is due to the bonuses that members often receive. Not a few people who know the legal basis of this marketing system either on the basis of conventional law or the basis of sharia law.

This research is empirical research, because the authors want to conduct research related to the mechanism used by Oriflame companies in accordance with the provisions of the DSN-MUI Fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling and Permendag No 32/M-DAG/PER/8/2008 Concerning the Implementation of Trading Business Activities with a Direct Selling System. As for data processing methods, the authors use data examination, classification, data analysis and conclusions.

The results of this study, the authors can conclude that based on the provisions that have been mentioned in the DSN MUI fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Sales and Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 concerning Implementation of Trading Business Activities With Direct Selling System oriflame company has been running a business in accordance with existing regulations. The Oriflame company has demonstrated that it is a direct selling and multi-level marketing company that is legal in the eyes of the law, which has credibility in carrying out its sales mechanism.

المستخلص

اطبع مزيداً للحكمه، ١٨٢٢٠٠٥٣، ٢٠٢٢، الأعمال متعدد المستويات التسويق منظور قانوني إيجابي والشريعة الإسلامية (دراسة الحالة فت.أورندوآلام أيو)، بحث جامعي، قسم القانون الشريعة الاقتصادية، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، المشرف دوي هيداياتول فيرداوس، الماجستير.

الكلمات المفتاحية: تسويق متعدد المستويات، فتوى دسن- ماوا، اوريفلامي

التسويق متعدد المستويات هو نشاط تسويق منتج يتم تنفيذه من خلال تنفيذ نظام تسويق متعدد المستويات من خلال المستويات. في إندونيسيا ، بدأت العديد من الشركات الآن في تنفيذ نظام التسويق هذا ، ويمكن اعتبار وجود التسويق متعدد المستويات بين الجمهور أمراً قانونياً للغاية في نظر الجمهور. غالباً ما ينظر الناس إلى التسويق متعدد المستويات على أنه نشاط لعبة نقود ، ويرجع ذلك إلى المكافآت التي يحصل عليها الأعضاء غالباً. ليس هناك عدد قليل من الأشخاص الذين يعرفون الأساس القانوني لنظام التسويق هذا إما على أساس القانون التقليدي أو على أساس الشريعة الإسلامية.

هذا البحث هو بحث تجريبي ، لأن المؤلف يريد القيام ببحوث تتعلق بالآلية التي تستخدمها شركة اوريفلامي وفق أحكام فتوى دسن- ماوا عدد ٧٥/دسن- ماوا/٢٠٠٩ بشأن البيع المباشر المتدرج الشرعي ووزير تنظيم التجارة رقم ٣٢/م-دك/فير/٢٠٠٨ بشأن تنفيذ أنشطة الأعمال التجارية بنظام البيع المباشر. بالنسبة لطرق معالجة البيانات ، يستخدم المؤلفون فحص البيانات والتصنيف وتحليل البيانات والاستنتاجات.

وخلصت نتائج هذه الدراسة إلى أنه بناء على الأحكام الواردة في الفتوى دسن- ماوا عدد ٧٥/دسن- ماوا/٢٠٠٩ بشأن المبيعات المباشرة المتدرجة وفقاً للشريعة الإسلامية والتوثيق رقم ٣٢/م-دك/فير/٢٠٠٨ فيما يتعلق بتنفيذ أنشطة الأعمال التجارية باستخدام نظام البيع المباشر ، فقد نفذت شركة أوريفلامي أعمالها وفقاً للوائح الحالية. أثبتت شركة اوريفلامي أنها شركة بيع مباشر وتسويق متعدد المستويات ، وهي شركة قانونية في نظر القانون ، وتمتع بالمصادقية في تنفيذ آلية البيع الخاصة بها.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam proses kegiatan pemasaran barang dapat dilakukan dengan cara tidak melakukan eksploitasi terhadap konsumen. Disisi lain dalam melakukan kegiatan pemasaran barang tidak boleh merugikan para pesaing bisnis. Akan tetapi, dalam praktek pemasaran barang terdapat kegiatan usaha yang mulai digandrungi oleh banyak kalangan, kegiatan tersebut dinamakan dengan *Multi Level Marketing (MLM)*.

Di Indonesia saat ini sudah banyak perusahaan *Multi Level Marketing (MLM)* yang sangat berkembang dengan pesat. Hal ini tidak diseimbangi oleh pengetahuan masyarakat terkait pengertian dari MLM itu sendiri. Masyarakat hanya mengetahui bahwa MLM merupakan perusahaan yang memiliki inovasi terbaru yang bisa memberikan penghasilan (uang) dalam waktu yang singkat tanpa harus memakan waktu dalam melakukan pekerjaan. Hal inilah yang yang menjadi latar belakang banyak kalangan masyarakat yang mulai tertarik dan mengikuti perusahaan MLM di Indonesia.¹

Hal pertama ketika beberapa orang membicarakan bisnis MLM ini adalah keterkaitan bisnis dengan cara mendapatkan penghasilan dengan cepat dan mudah. Pikiran yang seperti ini sering kali didapatkan dari

¹ Benny Santoso, *All About MLM* (Yogyakarta, ANDI, 2003), 1.

banyaknya promosi yang diberikan dari perusahaan langsung ataupun promosi dari mulut ke mulut melalui peranan *member* MLM. Tak sedikit dari kalangan masyarakat yang mempercayai tujuan utama mereka terkait penghasilan dari bisnis tersebut.

MLM dalam melakukan pemasaran produknya melalui distribusi dengan banyak tingkatan (*Multi Level Distribution*). Konsep ini sudah sangat umum digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di dunia secara “nyata”. Secara MLM bentuk pendistribusiannya dilakukan dengan cara melalui *downline* atau memanfaatkan perorangan sebagai jalur distribusi. Dalam hal ini, perusahaan tidak memerlukan pemikiran terkait biaya operasional untuk jalur distribusi yang biasanya bisa mencapai 40% hingga 60% dari penetapan harga suatu produk. Suatu perusahaan MLM tidak hanya dapat melakukan penghematan biaya operasional akan tetapi perusahaan MLM juga bisa mendapatkan keuntungan dari uang pendaftaran yang telah diberikan oleh orang-orang yang tertarik melakukan kerja sama dalam memasarkan produk-produknya.²

Proses perekrutan distributor baru dari kebanyakan perusahaan selalu ditandai dengan promosi yang begitu fantastis mengenai materialisme dan keserakahan. Dimana di dalam promosinya diberikan tambahan “*iming-iming*” jaminan modal akan bisa kembali.

Kehadiran MLM ditengah kalangan masyarakat, utamanya masyarakat Indonesia dapat dilihat sangat legal dimata umum. Banyak

² Andreas Harefa, “*Multi Level Marketing : Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*” (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 1999) , 32.

orang-orang awam yang terlibat didalamnya. Orang-orang yang masih berada di *level bawah* masih mempertahankan organisasi yang telah mengambil alih diri mereka dan memiliki harapan bahwa nantinya akan mendapatkan hasil yang lebih banyak. Jika dilihat secara nyata, tidak dapat disangkal apabila banyak orang yang bisa mendapatkan sejumlah uang melalui perusahaan ini, akan tetapi yang perlu dipertanyakan adalah *“berasal dari mana uang tersebut? Apakah hasil dari produk yang telah dijual?”*.

Penjualan yang dilakukan oleh bisnis MLM memiliki kesamaan dengan penjualan yang ada pada umumnya. Hanya karakteristik saja yang membedakan, dimana terdapat kemungkinan unsur penipuan yang dikarenakan oleh “kecerobohan” yang diberikan oleh pembisnis MLM.

Secara hukum perdata, multi level marketing diatur didalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.

Dalam segi penetapan harga jual kembali ini sebenarnya masih terdapat kegiatan persaingan diantara pelaku usaha yang memiliki kemungkinan dapat menguntungkan konsumen. Sedangkan kesepakatan diantara para pelaku usaha dimana pembeli akan menjualkan kembali barang yang telah dibeli dengan harga tidak boleh dibawah harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu, akibat yang diterima oleh perusahaan penyaluran tidak dapat memiliki kebebasan dalam penjualan produk

dengan harga yang lebih rendah dari harga yang telah ditentukan oleh perusahaan.³

Perusahaan yang menjalankan bisnis dengan menggunakan sistem *Multi Level Marketing* tidak hanya melakukan proses jual beli produk barang, akan tetapi dalam proses sistem *Multi Level Marketing* perusahaan juga melakukan proses penjualan berupa jasa. Produk jasa yang ditawarkan merupakan jasa marketing yang bertingkat (berlevel-level) dengan tambahan atau imbalan berupa marketing bonus, fee, dan lain sebagainya. Imbalan ini dapat diperoleh bergantung berapa banyak prestasi penjualan, level penjualan, serta status keanggotaan distributor.⁴

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) memiliki peranan yang sangat berarti dalam penggerakan roda perekonomian masyarakat. Dimana bisnis yang diandalkan oleh masyarakat yang bisa memberikan penghasilan tambahan digunakan sebagai usaha sampingan. Bisnis ini sedang mengalami kepopuleran di era saat ini, dengan adanya dukungan kemajuan teknologi informasi serta komunikasi yang berkembang dengan cepat.

Di Indonesia *Multi Level Marketing* dikenal sejak awal tahun 1980-an, pada tahun 1984 mulai didirikan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) yang merupakan organisasi yang menghimpun perusahaan penjualan langsung, termasuk pula perusahaan yang menjalankan penjualan secara sistem berjenjang. Sekian banyak

³ Andi Fahmi, et., al, *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Konteks* (Jakarta, GTZ, 2009), 98-99.

⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual* (Jakarta : Gema Insansi Press, 2003), 102-103.

perusahaan yang menggunakan sistem berjenjang adalah Perusahaan Oriflame.

Perusahaan Oriflame berkantor pusat di Swedia dan telah menunjuk PT Orindo Alam Ayu yang berkantor pusat di Jakarta. PT Orindo Alam Ayu sudah tercatat dan mendapatkan izin dari APLI dengan nama dan nomor PT Orindo Alam Ayu 0011/06/93.⁵

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Dilihat dari fatwa yang telah dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, perusahaan MLM diharuskan memperhatikan beberapa point penting dengan melihat apakah praktik bisnis tersebut telah menggunakan metode penjualan barang dan produk jasa dengan jejaring pemasaran, atau pola penjualan langsung berjenjang. MUI telah menetapkan 12 syarat yang harus terpenuhi oleh perusahaan penggerak bisnis MLM agar bisa mendapatkan sertifikasi syariah yang dikeluarkan oleh MUI.

Jika dilihat dari sisi harga produk, masyarakat banyak yang menilai bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan MLM sangat mahal dan eksklusif, sehingga sedikit memberatkan anggota yang berada di level bawah serta konsumen. Selain memberatkan dalam segi harga perusahaan ini juga memberikan keuntungan bahkan bisa mencapai dua atau tiga kali lipat.

⁵ Dokumen Oriflame, website <https://apli.or.id/detail-anggota/APLI-000071/pt-orindo-alam-ayu>, diakses pada tanggal 15 Agustus 2021.

Beberapa stigma negatif yang seringkali menjadi rumor dalam masyarakat mengenai persaingan usaha yang diciptakan oleh perusahaan MLM, seperti yang telah disebutkan diatas terdapat pula stigma antara *upline* dan *downline* yakni dalam hal perolehan bonus. Keuntungan dalam berbisnis MLM hanya bisa diperoleh ketika telah merekrut *downline*. Banyak sekali *upline* yang telah melakukan perekrutan *downline* agar bisa memperoleh bonus secara tetap, kemungkinan besar *upline* akan memiliki tingkat komisi tersendiri. Dari sinilah perusahaan MLM dapat memiliki potensi kerugian, dikarenakan fokus konsumen mulai bergeser kepada motif keuntungan secara pribadi sehingga melupakan aspek performa produk serta kepuasan otentik konsumen.

Bisnis MLM seringkali dikaitkan dengan *money game* yang telah beredar dikalangan masyarakat. Masyarakat seringkali tidak dapat mencari perbedaan antara *money game* dengan bisnis MLM hal ini telah disebabkan oleh bonus yang sering kali diterima yang berupa gabungan antara komposisi bonus perekrutan dengan komisi omset penjualan. Karena hal ini lah MLM mendapatkan citra buruk dimata masyarakat.

Hal seperti inilah dalam agama islam yang seharusnya dihindari, dikarenakan cara yang dilakukan oleh perusahaan MLM dalam mengambil keuntungan dapat digolongkan sebagai cara yang bathil. Dijelaskan didalam QS. An-Nisa ayat 29 :

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

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁶

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait sistem kerja yang dilakukan para member bisnis kecantikan oriflame dalam proses jual beli yang sehat. Oleh karena itu penulis akan mengkaji lebih lanjut dalam sebuah karya tulis berbentuk skripsi yang berjudul “Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam (Studi Kasus Member PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Mekanisme bisnis *Multi Level Marketing* pada PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame?
2. Bagaimana Bisnis *Multi Level Marketing* pada PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam?

⁶ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 112

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan oleh penulis dapat ditarik tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui mekanisme bisnis *Multi Level Marketing* pada PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame
2. Untuk mengetahui bisnis *Multi Level Marketing* pada PT. Orindo Alam Ayu Atau Oriflame berdasarkan hukum positif dan hukum islam

D. Manfaat Penulisan

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis, penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan tambahan bacaan khususnya guna mengembangkan ilmu pengetahuan yang memiliki hubungan dengan hukum ekonomi syariah baik bagi produsen ataupun konsumen. Serta dapat menjadi bahan acuan atau salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para member sebagai bahan yang dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan atau para member untuk memecahkan masalah yang dihadapi utamanya dalam masalah mekanisme serta praktek *Multi Level Marketing* didalam PT Orindo Alam Ayu atau ORIFLAME.

E. Definisi Operasional

Agar tidak menimbulkan salah pengertian dan kesulitan memahami bagi pembaca pada hasil penelitian ini, maka terlebih dahulu penulis memberikan penjelasan pada beberapa pengertian yang memiliki kaitan yang erat dengan apa yang akan disampaikan, yaitu :

1. MLM (*Multi Level Marketing*) adalah metode pemasaran barang atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program yang berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha akan mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan atas jasa nya sendiri.⁷
2. ORIFLAME adalah perusahaan Multi Level Marketing (MLM) yang berkantor pusat di Swedia. Perusahaan ini memproduksi beberapa jenis produk kecantikan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan BAB I merupakan pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika penelitian.

Dalam pembahasan BAB II penulis memaparkan tinjauan pustaka yang meliputi penelitian terdahulu, serta landasan teori terkait bisnis multi level marketing. Pada ini juga dipaparkan terkait *Multi Level Marketing* (MLM) dalam perspektif syariah, serta pemaparan terkait teori-teori yang digunakan dalam bisnis *Multi Level Marketing* secara hukum islam.

⁷ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, (Depok : Qultum Media, 2005), 17.

Dalam BAB III merupakan metode penelitian yang menjelaskan terkait, jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisa data.

Pembahasan BAB IV merupakan paparan data yang menjelaskan gambaran umum terkait perusahaan *Multi Level Marketing* Oriflame utamanya yang sedang terjadi di Kota Malang. Dalam paparan data juga dijelaskan tentang analisis data hasil penelitian yang meliputi prinsip kerja yang dilakukan oleh Oriflame baik menurut perspektif hukum positif ataupun perspektif hukum islam.

Dalam Pembahasan BAB V, merupakan bab terakhir yaitu penutup. Pada bagian bab ini berisikan kesimpulan serta saran yang menurut penulis dianggap penting berdasarkan dari hasil penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini mengacu pada penelitian sebelumnya dalam proses pengumpulan data serta memiliki peranan penting dalam melihat persamaan dan perbedaan yang berguna sebagai perbandingan sekaligus pijakan bagi penulis dalam pemahaman penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang membahas mengenai teori hukum islam dan Multi Level Marketing :

1. Ayyudiana Niyati Mufidah (2012), Mahasiswi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang melakukan penelitian dengan judul “Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) K-LINK Menurut Islam”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini bahwasannya PT K-LINK telah memenuhi syarat sebagai Lembaga Bisnis MLM Syariah, hal ini telah disesuaikan dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN MUI No 75/DSN-MUI/III/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah.⁸
2. Khasanatul Munawaroh (2020), Mahasiswi Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung

⁸ Ayyudiana Niyati Mufidah, “*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) K-Link Menurut Islam*”, (Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012), <http://etheses.uin-malang.ac.id/1314/>.

melakukan penelitian dengan judul “Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau Dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI”. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Fokus dari penelitian ini mengenai pemberian *reward* dalam praktek bisnis multi level marketing khususnya pada produk kecantikan Oriflame.⁹

3. Alfa Mu'nisatul Aniq (2020), Mahasiswa IAIN Ponorogo melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Bisnis Multi Level Marketing PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo”. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dengan menggunakan pendekatan kualitatif.¹⁰
4. Cristine Natalya,S.H (2019), Mahasiswa Program Sarjana Studi Magister Hukum Universitas Tanjungpura melakukan penelitian dengan judul “Multi level Marketing Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dan sosiologis. Penelitian ini membahas tentang

⁹ Khasanatul Munawaroh, “Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau Dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Upline MLM Oriflame)”, (Institutional Repository, UIN SATU Tulungagung, 2020), <http://repo.uinsatu.ac.id/14726/>.

¹⁰ Alfa Mu'nisatul Aniq, “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”, (Electronic Theses, Intitut Agama Islam Negeri Ponorogo,2020), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/10875/>.

perbedaan *multi level marketing konvensional* dengan *multi level marketing syariah*.¹¹

5. Luqman Nurhisam (2019), jurnal dengan judul “*Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR :75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)*”. Merupakan jurnal penelitian yang membahas *Multi Level Marketing* secara konsep syariah dengan mengambil sampel dari PT. K-LINK yang telah dikaitkan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 75 tahun 2009.¹²

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ayyudiana Niyati Mufidah (2012)	Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) K-Link Menurut Islam	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis yakni terkait Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) dengan	Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti memfokuskan kepada perusahaan yang bergerak pada bidang pemasaran barang

¹¹ Cristine Natalya, S.H, “*Multi level Marketing dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*”, Nestor Tanjungpura Journal Of law, Vol 3 No 3 (2019)
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/nestor/article/view/39581/0>.

¹² Luqman Nurhisam, “*Multi Level Marketing dalam Tinjauan Islam (Studi Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)*”, Tawazun: Journal Of Sharia Economic Law Vol 2, No 2 (2019)
<http://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v2i2.6281>.

			menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif.	atau produk yakni Perusahaan K-LINK. Penelitian ini cenderung membahas prosedur atau sistematika pemasaran produk menurut islam.
2	Khasanatul Munawaroh (2020)	Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau Dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Upline MLM Oriflame)	Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Deskripsi dari penelitian ini terkait sistematika praktek bisnis multi level marketing produk kecantikan oriflame. Objek yang digunakan untuk memperoleh	Fokus dari penelitian ini terdapat pada reward yang diberikan perusahaan oriflame kepada upline, pandangan fiqih muamalah terhadap pemberian reward, serta pandangan DSN-MUI terkait pemberian reward

			data diambil melalui wawancara dengan upline oriflame.	kepada upline oriflame.
3	Alfa Mu'nisatul Aniq (2020)	Tinjauan Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Bisnis Multi Level Marketing PT.Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian field research. Terdapat kesamaan pembahasan yakni terkait Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	Objek penelitian ini berfokus pada akad serta bonus yang telah diterapkan dalam bisnis multi level marketing yang ada pada PT Melia Sehat Sejahtera Cabang Ponorogo
4	Cristine Natalya,S.H	Multi Level Marketing	Penelitian ini memiliki kesamaan	Penulisan penelitian ini

	(2019)	Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam	terkait mekanisme bisnis multi level marketing secara hukum ekonomi islam	menggunakan metode yuridis normatif dengan fokus penelitian terhadap perbedaan multi level marketing konvensional dengan multi level marketing syariah
5	Luqman Nurhisam (2019)	Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI Nomor : 75/DSN-MUI/VII/2009	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan apa yang telah ditulis oleh penulis yakni dalam hal pembahasan bisnis MLM atau Multi Level Marketing	Pada penelitian ini Luqman Nurhisam selaku sebagai penulis lebih memfokuskan pada pembahasan Multi Level Marketing secara pandangan hukum islam serta berpatokan hukum pada DSN-MUI nomor 75 Tahun 2009. Obyek

				penelitian ini mengambil obyek dari PT.K-LINK
--	--	--	--	---

Tabel 2.1 persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

B. Kerangka Teori

A. Bisnis *Multi Level Marketing*

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Secara etimologi *multi level marketing* berasal dari bahasa inggris, dimana kata *multi* berarti banyak, *level* berarti tingkatan atau jenjang, serta *marketing* yang memiliki arti pemasaran. Secara umum dapat difahami bahwa *multi level marketing* (MLM) dapat diartikan sebagai pemasaran yang dilakukan secara bertingkat melalui jenjang level yang bisa dikenal dengan sebutan *upline* (tingkat atas), dan *downline* (tingkat bawah).¹³

Selain dikenal dengan sebutan bisnis berjenjang, MLM juga sering dikenal dengan sebutan *Networking Marketing*. Penyebutan *Networking Marketing* bagi MLM dikarenakan anggota dalam bisnis tersebut akan semakin banyak, sehingga dapat membentuk suatu jaringan kerja yang digunakan dalam sistem pemasaran melalui jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang dalam melakukan pemasaran.

¹³ Ahmad Mardalis, Nur Hasanah. *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*. (Falah : Jurnal Ekonomi Syariah Volume 1, No 1, Februari 2016), 29.

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan menggunakan sistem MLM tidak hanya berproses dalam penjualan produk barang akan tetapi bisnis yang menggunakan sistem MLM ini juga menjalankan produk berupa jasa yakni jasa marketing yang

berlevel. Produk jasa yang diberikan oleh perusahaan penjalan bisnis dengan sistem MLM bisa memperoleh imbalan yang berupa marketing fee, bonus, dan lain sebagainya. Imbalan tersebut dapat diperoleh bergantung pada prestasi, penjualan dan status keanggotaan distributor.

Agar dapat memasuki jaringan bisnis *multi level marketing* ini, biasanya setiap orang diwajibkan untuk menjadi *member* (anggota jaringan) terlebih dahulu dengan melakukan pengisian formulir pendaftaran keanggotaan dengan melakukan proses pembayaran sejumlah uang dengan disertai proses pembelian salah satu produk agar dapat memperoleh poin, adapun proses pendaftaran member tanpa melakukan transaksi pembelian produk.¹⁴

2. Ciri-Ciri *Multi Level Marketing*

Adapun ciri-ciri dari bisnis *Multi Level Marketing*, sebagai berikut :¹⁵

¹⁴ Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syariah*, (Medan: FKEBI IAIN Sumatera Utara, 2002).

¹⁵ Agus Marimin, Abdul Haris Romadhoni, dkk. *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*. (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol 2 No 2, Juli 2016), 108.

1. Memberikan kesempatan yang sama kepada setiap member untuk berhasil;
2. Keberhasilan dan keuntungan *distributor* ditentukan sepenuhnya oleh hasil dalam bentuk penjualan dan pembelian produk serta jasa perusahaan;
3. Setiap member memiliki hak untuk menjadi member hanya satu kali;
4. Biaya pendaftaran member cenderung sangat murah dikarenakan nilai biaya pendaftaran setara dengan harga barang yang diperoleh;
5. Keuntungan yang diperoleh *distributor* independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya;
6. Setiap *distributor* memiliki larangan yakni dilarang untuk menimbun barang;
7. Keuntungan yang diperoleh member dapat berupa keuntungan finansial serta keuntungan non finansial;

B. Bisnis Multi Level Marketing dalam Pandangan Islam

Bisnis dalam syariah islam pada dasarnya termasuk kategori muamala yang hukum asalnya adalah boleh. Berdasarkan kaedah Fiqh والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان والتحري (Pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil/ prinsip yang melarangnya).

Dalam islam memahami bahwa perkembangan sistem dan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaedah fiqih yang telah disebutkan diatas, maka terlihat jelas bahwa islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan.

Akan tetapi islam memiliki prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yakni harus terbebas dari unsur gharar, jahalah, dan zhulm. Oleh karenanya, sistem pemberian bonus harus adil, tidak dzalim, dan tidak hanya menguntungkan orang yang memiliki peranan penting.

MLM menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai islam dan sistemnya telah sesuai dengan syariat islam. Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturahmi, dakwah dan tarbiyah. Menurut Muhammad Hidayat, Dewan syari'ah MUI Pusat, metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam. Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori gethok tular (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat di terima oleh masyarakat kebanyakan.¹⁶

¹⁶ Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, (FKEBI IAIN, 2002) ,30.

Bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing fee, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut Samsarah / Simsar.

Kegiatan samsarah dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad ijarah, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (ujrah) Semua ulama membolehkan akad seperti ini sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermanfaat. MLM tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan. Multi Level Marketing (MLM) konvensional tentulah belum bisa disebut syariah, kecuali lolos sekian syarat kesyariahan. Berikut ini syarat-syarat agar sebuah perusahaan MLM menjadi syariah.

C. Fatwa DSN-MUI No 75.DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Dalam pengembangan ekonomi syariah, MUI telah membentuk lembaga khusus yang memiliki peranan dalam memajukan ekonomi syariah, yakni Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Tugas utama dari DSN MUI diantaranya, menggali, mengkaji, serta merumuskan prinsip-prinsip hukum islam dalam bentuk fatwa agar dapat dijadikan pedoman dalam kegiatan transaksi pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS). DSN-MUI ini juga memiliki tugas dalam pengawasan pelaksanaan dan implementasi fatwa-fatwa di Lembaga Keuangan Syariah melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS).¹⁷

Salah satu perkembangan ekonomi yang saat ini marak di Indonesia adalah munculnya perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM). Semakin banyaknya perusahaan MLM ini, maka perlu adanya pembahasan terkait hukum MLM menurut syariat islam. Hingga pada akhirnya di tahun 2009 Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN – MUI) mengeluarkan sebuah fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹⁸

¹⁷ Panji Adam, *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Sinar Grafika Offset, 2018), 196.

¹⁸ Kiki Yuliana, *Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo Dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI*”, (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2017), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/2566/>

Ketentuan-ketentuan dalam fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah menetapkan¹⁹.

a. Ketentuan umum

- 1) Penjualan Langsung Berjenjang Syariah adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah orang atau badan usaha secara berurutan.
- 2) Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan 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 atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku
- 5) Konsumen adalah pihak pemakai barang atau jasa dan tidak bermaksud untuk memperdagangkan
- 6) Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota atau penjualan yang besaran maupun bentuknya

¹⁹ Fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009, tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau hasil penjualan barang atau produk jasa

- 7) Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota atau penjualan, karena telah melampaui target penjualan barang atau produk jasa yang diterapkan 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 anggota baru kemudian buka hasil penjualan produk atau dari hasil penjualan produk namun produk tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.
- 10) *Excessive mark up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya
- 11) *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang terdaftar sebelumnya

12) Anggota/*stokist* adalah pengecer/*resailer* yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

b. Ketentuan hukum

1) Terdapat objek transaksi riil yang memperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.

Objek yang diperjualbelikan merupakan salah satu pemenuhan rukun *ijarah*, *ba'i* dan lainnya yakni adanya pihak yang melakukan transaksi, adanya barang, serta *sighot*. Jika salah satu dari rukun tersebut tidak dapat terpenuhi, maka transaksi dianggap tidak sah.

2) Barang atau produk jasa yang dipergunakan bukan berasal dari hal yang diharamkan.

Produk-produk yang telah diperjualbelikan harus melalui proses uji yang dilakukan oleh BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan), menggunakan bahan alami, tidak melewati uji coba pada hewan. Setiap produk yang diperjualbelikan harus memiliki nomor izin dari BPOM yang mengeluarkan surat izin atas kehalalan produk.

3) Transaksi jual beli tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, serta maksiat.

Gharar merupakan sebuah ketidakjelasan atau dapat diartikan sebagai sesuatu yang tersembunyi. Menurut Imam Syafi'i *Gharar* merupakan hal-hal yang akibatnya tersembunyi dalam

pandangan kita, dan akibat yang akan muncul adalah yang paling tidak kita hendaki. *Maysir* (perjudian) merupakan transaksi yang tidak dapat dipastikan dan bersifat untung-untungan. *Riba* adalah penambahan, akan tetapi tidak semua penambahan dapat dikatakan riba. Al-Quran menyebutkan bahwa penghaeaman riba adalah tambahan yang diambil sebagai ganti rugi dari tempo yang ditentukan. *Dharar* merupakan hal yang dapat membahayakan. *Dzulm* merupakan anianya atau tidak dapat menempatkan sesuatu pada tempatnya. Maksiat merupakan perbuatan yang melawan perintah Allah. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada member atau anggota besaran maupun bentuknya harus disesuaikan dengan prestasi kerja nyata yang memiliki kaitannya langsung dengan nilai hasil penjualan dan harus menjadi pendapatan utama dalam mitra usaha PLBS.

- 4) Tidak adanya kenaikan harga yang dapat merugikan konsumen dikarenakan tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.

Hal ini bersifat subjektif, apabila barang yang diperjualbelikan mengalami kenaikan harga yang tidak dapat masuk akal akan merugikan konsumen serta perusahaan akan mendapatkan keuntungan diatas kewajaran dan hal ini tidak diperbolehkan.

- 5) Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota memiliki besaran atau bentuk berdasarkan prestasi kerja yang berkaitan langsung dengan nilai hasil penjualan.

Profit yang dihasilkan harus melalui jual beli yang riil. Prestasi kerja harus menjadi sumber pendapatan utama mitra.

- 6) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada member atau anggota harus jelas jumlahnya.

Bonus merupakan imbalan yang diberikan kepada member yang dapat melampaui target penjualan dengan ketentuan yang telah dibuat oleh perusahaan.²⁰ Hal ini mengacu pada sistem pembagian bonus yang memiliki kaitannya dengan akad *ju'alah* yakni transaksi memanfaatkan jasa orang dengan memberi imbalan.

²⁰ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. (Depok : Qultum Media, 2005), 53.

- 7) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperbolehkan secara regular tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang dan jasa.

Dalam mekanisme yang dimiliki oleh bisnis *Multi Level Marketing* yakni mengharuskan membernya agar tetap aktif dalam melakukan penjualan sampai pada level tertinggi agar tidak terjadi yang namanya *pasive income*.²¹ Pendapatan penjualan dapat dibagi menjadi dua yakni, *Aktive income* merupakan suatu pendapatan yang hanya dapat diterima jika melakukan usaha. Sedangkan *Pasive income* merupakan suatu pendapatan yang didapatkan seseorang walaupun tidak lagi aktif bekerja.²²

- 8) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada member atau anggota tidak menimbulkan *ighra*'.

Bisnis *multi level marketing* sering kali dikaitkan dengan bonus-bonus yang sangat menggurkan. Sama halnya dengan oriflame yang selalu menawarkan keuntungan bonus, *cash award* yang sangat menjanjikan. *Upline* yang mencari *downline* atau member baru biasanya menggunakan cara iming-iing dengan cara menjadikan bonus sebagai faktor utama agar dapat menarik member baru untuk bergabung.

²¹ Nur Aini Latifah Pribadi, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Syariah" (Instituonal Repository, UIN SATU Tulungagung, 2017) <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/4659/>

²² Pindi Kisata, *Why Not MLM-sisi lain MLM*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 14.

- 9) Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota lainnya.

Bisnis multi level marketing harus memberikan peluang kepada setiap membernya baik *upline* maupun *downline* serta memberikan sesuai dengan hasil kerjanya tanpa mempengaruhi member lama atau baru. Dengan begitu dapat diartikan bahwa bisnis tersebut tidak melakukan eksploitasi serta menerapkan sistem keadilan.

- 10) Sistem perekrutan anggota, 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 proses perekrutan anggota berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya.

- 12) Tidak melakukan kegiatan *money game*.

c. Ketentuan Akad

- 1) Akad *Ba'i/murabahah* yang merujuk pada substansi Fatwa DSN No 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah*.
- 2) Akad *wakalah bil ujah* merujuk substansi Fatwa DSN MUI No 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah Bil Ujah* pada Asuransi dan Reasuransi.
- 3) Fatwa No 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.

- 4) Akad *ijarah* yang merujuk pada substansi Fatwa No 9/DSN-MUI/VI/2000 Tentang pembiayaan *Ijarah*.
- 5) Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.²³

D. Bisnis Multi Level Marketing Konvensional

Dalam tatanan hukum positif, bisnis *multi level marketing* diatur oleh Kementrian Perindustrian dan Perdagangan yang regulasinya tertuang dalam beberapa ketentuan diantaranya :

- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 73/MPP/Kep/3/2000, Tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 13/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.

Dari aturan diatas ada beberapa ketentuan pokok yang menjadi acuan dari bisnis Multi level Marketing ini yaitu:

²³ Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

- a. Berbadan hukum Indonesia yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT)
- b. Modal sepenuhnya dimiliki oleh Badan Hukum Indonesia dan/atau WNI dengan jumlah modal disetor sedikitnya Rp 500 juta.
- c. Alamat kantor perusahaan tetap dan jelas
- d. Penjualan dan rekrutmen melalui sistem jaringan
- e. Punya program pemasaran jelas, transparan, rasional, dan bukan jaringan pemasaran terlarang.
- f. Memiliki barang dan/atau jasa yang nyata dan jelas dengan harga yang layak dan memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku di Indonesia.
- g. Memberikan komisi, bonus atau penghargaan berdasarkan hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Mitra Usaha dan jaringannya sesuai akad yang diperjanjikan.
- h. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- i. Memiliki ketentuan harga barang dan/atau jasa yang dijual dalam mata uang rupiah dan berlaku untuk Mitra Usaha dan Konsumen, serta menajamin mutu dan pelayanan purna jual.
- j. Ada pembinaan dan pelatihan untuk tingkatan kemampuan dan pengetahuan Mitra Usaha agar bertindak jujur dan bertanggung jawab.

- k. Memberikan kesempatan yang sama kepada semua Mitra Usaha untuk berprestasi memasarkan barang dan/atau jasa.
- l. Melakukan pendaftaran atas barang dan/atau jasa yang menurut peraturan atau UU wajib didaftarkan pada instansi berwenang.

Kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara perusahaan dan mitra usaha, dengan memperhatikan kode etik dan peraturan perusahaan. Perjanjian tertulis yang dibuat oleh perusahaan dan mitra usaha tersebut harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan berlaku hukum Indonesia. Dalam perjanjian tertulis tersebut, sekurang-kurangnya memuat, beberapa ketentuan sebagai berikut:

- a. Persyaratan menjadi mitra usaha.
- b. Hak dan kewajiban para pihak.
- c. Program pembinaan, bantuan pelatihan dan fasilitas yang diberikan perusahaan dan/atau jaringan pemasaran kepada mitra usaha.
- d. Jangka waktu perjanjian.
- e. Pemutusan dan perpanjangan perjanjian.
- f. Jaminan pembelian kembali.
- g. Ganti rugi atas barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kualitas dan jenis yang diperjanjikan.

- h. Ketentuan tentang pemberian komisi, bonus, dan penghargaan lainnya.
- i. Penyelesaian perselisihan.

E. Teori dan Asas Akad Muamalah

1. Pengertian akad

Al-Aqdu (العقد) merupakan kata akad yang bersumber dari bahasa Arab dalam bentuk masdar dari عَقَدَ, يَعْقِدُ, عَقْدًا yang memiliki arti menyimpul atau mengikat. Secara istilah arti akad dibedakan menjadi dua, yakni dalam artian luas atau umum serta dalam artian sempit atau khusus.²⁴

Pengertian secara umum, akad merupakan segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang atas dasar kehendaknya sendiri seperti wakaf, talak, sumpah atau sesuatu yang muncul akibat kesepakatan dua pihak, seperti jual beli, sewa menyewa, perwakilan serta gadai. Dalam artian sempit, akad dimaksudkan sebagai ikatan antara ijab dan qobul sesuai dengan apa yang telah disyariatkan terhadap objek.²⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan akad sebagai *janji, perjanjian, dan kontrak*.

²⁴ Rahman Ambo Masse, *Fiqh Ekonomi dan Keuangan Syariah : Antara Realitas dan Konstektual*, (Yogyakarta : Trust Media Publishing, 2015), 92.

²⁵ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2019), 18.

Menurut az-Zarqa, akad merupakan ikatan hukum yang dilakukan dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki keinginan untuk mengikatkan diri. Sedangkan menurut Wahbah Al- Zuhaili mendefinisikan akad sebagai,

الرَّبْطُ بَيْنَ أَطْرَافِ الشَّيْءِ أَكَانَ رِبْطًا حِسِّيًّا أَمْ مَعْنَوِيًّا مِنْ جَانِبٍ أَوْ مِنْ جَانِبَيْنِ

Artinya : “ikatan antara dua hal, baik ikatan seteknik khissy (nyata/fisik) maupun ikatan seteknik ma’nawi (abstra/psikis) dari satu sisi ataupun dua sisi.”²⁶

Dari pernyataan diatas, pada dasarnya akad bertitikberat pada sebuah kesepakatan diantara kedua belah pihak dengan ditandai ijab-kabul atas perjanjian suatu objek tertentu. Terdapat beberapa prinsip akad yang ada dalam islam, diantaranya :

- a. Prinsip perjanjian itu mengikat
- b. Prinsip kebebasan berkontrak
- c. Prinsip kesepakatan bersama
- d. Prinsip ibadah
- e. Prinsip keadilan dan keseimbangan prestasi
- f. Prinsip kejujuran (amanah)²⁷

2. Rukun Akad

Empat dasar unsur akad dalam perspektif fiqih yang harus terpenuhi dalam setiap proses akad, yakni *pertama* pihak yang bertransaksi, *kedua* objek akad, *ketiga* materi akad, *keempat* rukun

²⁶ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah : Dari klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2018), 22.

²⁷ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta : UII Press, 1982), 65.

akad. Unsur-unsur yang telah disebutkan harus terpenuhi agar akad tersebut dianggap sah.²⁸ Lain halnya menurut kompilasi hukum ekonomi syariah, terdapat empat rukun yakni, *pertama* pihak yang berakad yang terdiri dari individu, persekutuan serta badan usaha dengan syarat cakap hukum, *kedua* objek akad, *ketiga* tujuan pokok akad, *keempat*, kesepakatan.

Rukun akad diantaranya, adalah :

- a. Aqid : orang yang berakad. Orang yang melakukan akad haruslah orang yang memiliki cakap hukum secara pribadi ataupun melalui perantara wilayah. Kecakapan seseorang dapat terbagi menjadi dua bagian, yakni kecakapan menerima hak dan kewajiban (*ahliyah al-wujub*) serta kecakapan dalam melaksanakan hak dan kewajiban (*ahliyah al-ada*).
- b. *Ma'qud 'alaih* : benda-benda yang diakadkan. Hingga saat ini perkembangan pada bidang ekonomi sangatlah luas, hal inilah yang menjadikan objek akad memiliki cakupan yang beragam. Para ahli hukum islam menetapkan unsur yang harus terpenuhi agar objek akad dapat diterima, yakni *pertama* objek akad harus sudah ada ketika akad dibuat, ketentuan ini ditujukan pada akad jual beli sedangkan pada akad salam maka diawal pemesanan barang diharapkan untuk membayar harga barang baik sebagian ataupun keseluruhan. *Kedua*

²⁸ Mustafa Ahmad Al-Zarqa, *al-Madkhal al-Fiqh al-A'm*, (Beirut : Dar al-Qalam, 1998), 399.

barang yang menjadi objek adalah barang yang diperbolehkan oleh syara'. *Ketiga* objek akad harus dapat diserahkan. *Keempat* objek akad harus jelas dan dapat dikenali satu sama lain.²⁹

- c. *Maudhu' al-'aqd* : tujuan dalam melakukan akad. Setiap jenis akad memiliki tujuan yang berbeda-beda tentunya tujuan tersebut telah ditetapkan oleh syara'. Penempatan tujuan pada rukun akad dilakukan pada waktu permulaan akad yang diharapkan dapat lebih ada kesungguhan dari pihak-pihak yang terkait sehingga apa yang telah disepakati dapat tercapai.
- d. *Sighat al-'aqd* : ijab dan qabul. Menurut jumhur ulama, ijab merupakan pernyataan janji dari pihak pertama untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Sedangkan qabul merupakan pernyataan yang dilontarkan penerima dari pihak kedua atas penawaran pihak pertama.

3. Syarat Akad³⁰

- a. Yang dijadikan objek akad bisa menerima hukumnya.
- b. Akad tersebut diizinkan oleh syara'
- c. Akad yang dilakukan bukan berasal dari akad yang dilarang oleh syara'
- d. Ijab dilakukan tanpa pencabutan sebelum terjadinya qabul

²⁹ Muhammad Abdul Wahab, Lc. *Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah*, (Jakarta : Rumah Fiqih Publishing, 2019), 20.

³⁰ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah : Dari klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2018), 23.

- e. Ijab dan qabul harus bersambung.

4. Teknik dalam berakad

- a. Dengan tulisan atau kitabah
- b. Isyarat, bagi orang-orang tertentu yang tidak dapat melakukan ijab qabul dengan tulisan maupun lisan
- c. Perbuatan, misalnya seorang pembeli memberikan sejumlah uang, kemudian penjual menyerahkan barang yang telah dibayarnya atau di belinya.
- d. Lisan al-Hal. Sebagai ulama berpendapat, jika ada seseorang yang meninggalkan dagangannya kemudian berdiam diri saja, maka hal tersebut dipandang telah terjadi proses akad i'da (titipan)

5. Macam-macam akad

Ulama' fiqih memberikan keterangan, akad terbagi menjadi dua, yakni akad shahih dan akad tidak shahih.

- a. Akad shahih merupakan akad yang memenuhi rukun serta syarat-syarat akad. Menurut ulama hanafiyah, akad shahih ini terbagi menjadi dua macam, *pertama* akad nafiz (sempurna dilaksanakan) akad yang tidak ada penghalang dalam melaksanakannya serta dilangsungkan dengan mengisi rukun dan syaratnya. *Kedua* akad mauquf yakni akad yang dilakukan

oleh seseorang yang cakap hukum akan tetapi ia tidak memiliki dominasi dalam mengemban akad ini.³¹

- b. Akad yang tidak sah merupakan akad yang dapat dilakukan dengan kekurangan pada rukun atau syarat hingga sampai seluruh dampak hukum akad tersebut tidak berlaku dan tidak mengikat pihak yang berakad. Jumhur ulama fiqih mengatakan bahwa akad batil dan akad fasid mengandung esensi yang sama, yakni tidak sah dan akad tersebut tidak dapat mengakibatkan hukum apapun. *Akad batil* merupakan akad yang tidak memenuhi salah satu rukunnya. Sedangkan akad *fasid* merupakan akad yang didasarkan oleh syariat akan tetapi sifat yang ada pada akad tersebut tidak jelas.

6. Berakhirnya akad

Akad dapat dikatakan berakhir apabila terdapat fasakh, kematian ataupun diakrenakan tidak adanya pihak lain dalam hal akad mauquf.

- a. Berakhir karena fasakh
 1. Fasakh karena adanya *fasid* (rusak)
 2. Fasakh karena khiar
 3. Fasakh berdasarkan iqalah, yakni fasakh akad terjadi akibat adanya kesepakatan dari kedua belah pihak
 4. Fasakh karena tidak ada realisasi

³¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Amzah, 2010), 20.

5. Fasakh karena jatuh tempo

b. Berakhir karena kematian

c. Berakhir karena tidak ada izin dari pihak lain.

7. Asas-asas Akad

Asas berasal dari bahasa arab yang berarti dasar atau landasan, secara istilah asas merupakan nilai dasar yang dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan suatu perbuatan.

Asas dalam hukum akad syariah bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Hal ini yang menjadikan asas sebagai dasar hukum dalam penyusunan akad yang mengandung kebenaran. Macam macam asas, diantaranya :³²

1. Asas Ibadah

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”

Keyakinan terhadap unsur ketuhanan dalam aspek ibadah merupakan hal yang berprinsip pada islam. Disamping akidah, suatu perbuatan akan bernilai ibadah apabila sesuai dengan hukum syara' yang berlaku.

2. Asas *Hurriyah at-Ta'aqud* (Asas Kebebasan Berakad)

Islam memberikan anggapan bahwa kebebasan merupakan fondasi dari nilai kemanusiaan serta kemuliaan manusia.

³² Burhanudin Susanto, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta, BPFE, 2009), 41.

Masing-masing individu yang akan mencapai tujuan dalam berakad akan mempunyai kebebasan dalam mengadakan penyusunan akad. Dalam hal ini dalam hukum islam asas kebebasan berakad berbeda dengan apa yang ada didalam hukum konvensional. Perbedaannya berada pada sifat yang terikat dengan hukum syara' yang berlaku.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Hai orang-orang yang beriman, Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (Qs. Al-Maidah : 1)³³

Dalam ayat diatas disebutkan perintah agar memenuhi akad atau perjanjian. Menurut Ibnu Taimiyah berlaku secara umum baik perjanjian antar seseorang ataupun dengan Allah SWT.³⁴

³³ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 143.

³⁴ Ibnu Taimiyah, *Majmu' al-Fatawa*, di-tahqiq oleh Abdurrahman bin Muhammad bin Qasim (Madinah: Majma' al-Malik Fahd li Thiba'ah al-Mushaf asy-Syarif, 1995), 138.

3. Asas al-Musawah (Asas Persamaan)

Kegiatan muamalah sering kali dilakukan guna memenuhi kebutuhan hidup sesama manusia. Didalam Qs. Al-Hujurat ayat 13 disebutkan,

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya : Wahai manusia. Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha teliti.³⁵

Oleh karena itu sesama manusia harus saling melengkapi satu sama lain atas kekurangan serta kelebihan yang dimiliki. Dalam melakukan kontrak maka para pihak berhak menentukan hak serta kewajibannya masing-masing yang didasarkan pada asas persamaan, karena pada prinsipnya manusia itu sama.

4. Asas at-Tawazun (Asas Keseimbangan)

³⁵ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 755.

Maksud dari asas ini adalah asas yang dapat memenuhi serta melaksanakan perjanjian antar kedua belah pihak, termisalkan pada adanya hak dalam mendapatkan keuntungan dalam berinvestasi, dapat diartikan bahwa orang yang berinvestasi mampu dalam menanggung resiko yang akan diperoleh.

5. Asas *Maslahah* (Asas Kemaslahatan)

Dengan adanya asas ini kedua belah pihak mampu mencapai kemaslahatan pada masing-masing pribadi. Asas ini sangat relevan dengan tujuan hukum islam secara universal. Sebagaimana berlakunya kaidah fikih,

حَيْثُمَا يَكُونُ الشَّرْعُ تَكُونُ الْمَصْلَحَةُ

“Apabila hukum *syara*’ dilaksanakan, maka pastilah tercipta suatu kemaslahatan”

Tercapainya suatu kemaslahatan ini guna pencegahan dalam hal timbulnya kemudharatan.

6. Asas *al-Amanah* (Asas Kepercayaan)

Maksud dari asas ini adalah para pihak yang terjalin dalam suatu perjanjian haruslah melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan agar dapat tercapai tujuan dari suatu perjanjian. Asas ini timbul karena adanya iktikad baik dari masing-masing pihak. Dasar hukum asas ini dalam firman Allah Qs. An-Nisa’ ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”³⁶

7. Asas al-‘Adalah (Asas Keadilan)

Dalam asas ini piha yang telah melakukan perjanjian dituntut agar dapat berlaku benar dalam mengungkapkan keadaan serta memenuhi perjanjian yang telah dibuat dan memenuhi semua kewajibannya. Allah Berfirman dalam Surah Al-Maidah ayat 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَاةُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah.

³⁶ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 118.

Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”³⁷

8. Asas *al-Ridla* (Asas Keridhaan)

Dalam melakukan segala jenis hal transaksi yang dilakukan haruslah didasarkan atas keridhaan antar pihak. Jika dalam suatu transaksi tidak dapat terpenuhi asas ini maka sama halnya dengan memakan harta secara batil, Allah berfirman

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

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

9. Asas *al-Kitabah* (Asas Tertulis)

Dalam hukum islam, asas tertulis tidak hanya berlaku dalam hukum akad saja, melainkan dalam segala jenis akad muamalah yang dilakukan tidak secara tunai. Suatu perjanjian hendaknya dilakukan dengan secara tertulis agar dapat

³⁷ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 146.

dijadikan bukti ketika terjadi suatu persengketaan.³⁸ Allah SWT menganjurkan kepada umat manusia agar dapat melakukan perjanjian secara tertulis, yang dihadiri para saksi serta adanya tanggung jawab antar individu.

10. Asas *as-Shidiq* (Asas Kejujuran)

Ketidakjujuran dalam melakukan suatu kegiatan dapat mengakibatkan akibat yang fatal antar para pihak. Suatu perjanjian dapat dikatakan benar apabila memiliki manfaat bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Hukum akad syariah sangat memberikan tekanan dalam prinsip kejujuran ini, dikarenakan hanya melalui prinsip inilah keridhaan diantara para pihak yang berakad dapat terwujud. Dalam Qs. Al-Ahzab ayat 70, Allah SWT berfirman

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”³⁹

11. Asas iktikad baik

Asas iktikad baik muncul dari diri pribadi seseorang sebagaimana apa yang telah menjadi niatnya. Akad harus dilakukan berdasarkan iktikad baik seseorang. Didalam pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata disebutkan “ penjanjian harus

³⁸ Mohammad Daud Ali, *Asas-Asas Hukum Islam : Penganter Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta : Rajawali, 1991), 124.

³⁹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 615.

dilaksanakan dengan iktikad baik”. Dalam asas ini mengandung pengertian bahwa pihak yang melakukan suatu perjanjian harus berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh guna mencapai tujuan dari perjanjian.

F. Teori Akad Jual Beli

Agama islam memberikan banyak ketentuan-ketentuan untuk dapat ditaati. Selain memberikan ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan pencipta-Nya, Islam juga mengatur ketentuan hubungan manusia dengan sesama manusia. Hubungan tersebut biasa dikenal oleh kalangan manusia dengan istilah jual beli.

a. Pengertian Jual Beli

Sebelum melangkah lebih jauh, penulis terlebih dahulu akan mengemukakan pengertian jual beli secara etimologi serta terminologi.

Secara bahasa (*etimologi*) jual beli merupakan tukar menukar. Jual beli berasal dari bahasa arab **الْبَيْع**.⁴⁰ Tukar menukar yang dimaksud merupakan hubungan timbal balik antar dua belah pihak dimana yang disebut dengan istilah penjual dan pembeli dengan saling menukarkan antara benda dengan benda, harta

⁴⁰ Siti Choriya, *Mu'amalah Jual Beli dan Selain Jual Beli (Pendalaman Materi Fiqih Untuk Guru Madrasah Tsanawiyah)*, (Surakarta : Centre For Developing Academic Quality (CDAQ), 2009), 17.

dengan harta, atau uang dengan uang dasar saling ridha satu sama lain.

Secara istilah (*terminologi*) terdapat beberapa pendapat dalam mendefinisikan pengertian jual beli, antara lain :

- a. Ulama Hanafiyah : memiliki dua arti yakni secara khusus dan secara umum.⁴¹

- 1) Arti khusus

وَهُوَ بَيْعُ الْعَيْنِ بِالنَّقْدَيْنِ (الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ)
وَنَحْوَهُمَا أَوْ مُبَادَلَةُ السِّلْعَةِ عَلَى نَحْوِهِ وَجِهٍ مَخْصُوصٍ

Artinya : jual beli merupakan menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya atau menukar barangan dengan uang atau semacam menurut cara yang khusus.

- 2) Arti umum

وَهُوَ مُبَادَلَةُ الْمَالِ بِالْمَالِ عَلَى وَجِهٍ مَخْصُوصٍ فَالْمَالُ يَشْمَلُ
مَا كَانَ ذَاتًا أَوْ نَفْدًا

Artinya : jual beli merupakan tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencakup zat (barang) atau uang.

⁴¹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Amzah, 2017), 175.

b. Ulama Syafi'iyah

وَشَرَّعَا عَقْدِيَّتَ صَمْنُ مُقَابَلَةً مَالٍ بِشَرْطِهِ الْآتِيِ الْإِسْتِفَادَةِ مَلِكٍ عَيْنٍ
أَوْ مَنَفَعَةٍ مُؤَبَّدَةٍ

Artinya : Jual beli menurut syara' adalah suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya.

c. Ulama Hanabilah

مَعْنَى الْبَيْعِ فِي الشَّرْعِ مُبَادَلَةُ مَالٍ بِمَالٍ أَوْ مُبَادَلَةُ مَنَفَعَةٍ مُبَا حَةً
بِمَنَفَعَةٍ مُبَا حَةٍ عَلَى التَّائِيْدِ غَيْرُ رِبَاٍ وَقَرْضٍ

Artinya : Pengertian jual beli menurut syara' adalah tukar menukar harta dengan harta tukar menukar manfaat yang mubah dengan manfaat yang mubah untuk waktu selamanya, bukan riba dan bukan hutang.

Dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan perjanjian tukar menukar suatu benda yang memiliki nilai, secara rela diantara kedua belah pihak, dimana satu pihak dapat menerima benda tersebut serta pihak lainnya menerima sesuai dengan apa yang telah dijanjikan atau ditentukan dengan ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.

b. Dasar hukum

Jual beli merupakan sarana yang digunakan manusia untuk bisa saling membantu dengan landasan yang telah ditetapkan oleh

agama yakni Al-Qur'an dan Hadist. Al-Qur'an menyebutkan dalam beberapa ayat nya yang membahas tentang jual beli, diantaranya :

Firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Apabila Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya. (Qs. Al-Baqarah 275)⁴²

Firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29

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

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.

⁴² Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 61.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah ialah maha penyayang kepadamu”⁴³

Hadits yang menerangkan terkait jual beli.⁴⁴

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْإِصْنَامِ فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ تَأْمِيَّتَةٍ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ وَيُذْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَنْصَبُ بِهَا النَّاسُ فَقَالَ لَأَهْوَحَرَامٌ ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَ مَهَاجِمُلُوهُ ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ

Artinya : dari Jabir bin Abdulla r.a bahwasannya ia mendengar Rasulullah bersabda pada tahun kemenangan di Mekkah : Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan menjual minuman yang memabukkan (*Khamr*), bangkai, babi dan berhala. Lalu ada orang bertanya, “ya Rasulullah bagaimanakah tentang lemak bangkai, karena dipergunakan mengecat perahu-perahu supaya tahan air, dan meminyaki kulit-kulit dan orang-orang mempergunakannya untuk penerangan lampu?” Beliau mnjawab, “tidak boleh itu haram” kemudian diwaktu itu Rasulullah saw., bersabda Allah melaknat orang-orang yahudi, sesungguhnya Allah tatkala mengharamkan lemaknya bagi mereka, mereka mencairkan

⁴³ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 112.

⁴⁴ Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, dkk. *Bulughul maramdan penjelasannya*, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2015), 563.

lemak itu kemudian dijualnya kemudian mereka makan harganya.

(HR. Bukhari)

c. Rukun dan Syarat jual beli

Rukun dan syarat merupakan suatu ketentuan terpenting dalam melakukan proses jual beli yang diharuskan untuk terpenuhi agar dapat dikatakan sah jual beli menurut hukum islam.

1. Rukun jual beli⁴⁵

Berdasarkan pendapat ulama hanafiah, rukun jual beli ada dua, yakni ijab dan qabul, sedangkan menurut jumhur ulama rukun jual beli, diantaranya :

- a. Adanya penjual dan pembeli
- b. Adanya barang yang diperjual belikan
- c. Sighat (kalimat ijab qabul)
- d. Adanya nilai tukar pengganti barang.

2. Syarat jual beli

Adapun syarat-syarat jual beli diantaranya :

- a. Penjual dan pembeli (*Al- Muta'qidain*)

Syarat orang yang akan melakukan akad jual beli haruslah berakal, berakal dimaksudkan orang tersebut tidak gila atau orang yang belum mumayiz. Jika orang yang melakukan akad jual beli bukanlah golongan dari orang berakal maka

⁴⁵ Abdul Rahman Ghazalu, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2018), 70.

akad jual beli tersebut tidak sah dan apabila yang mengerjakan akad tersebut haruslah berbeda orang.

b. Barang yang diperjualbelikan

Barang yang akan digunakan pada akad jual beli merupakan barang ada atau tidak ada ditempat akan tetapi penjual memberikan pernyataan bahwa akan tetap mengadakan barang tersebut, barang yang diperjualbelikan haruslah memiliki fungsi agar dapat difungsikan atau digunakan oleh pembeli.

c. Sighat

Semua ulama sepakat akan unsur utama dalam akad jual beli ini. Adanya kerelaan diantara kedua belah pihak yang dapat dilihat melalui ijab qabul. Syarat dari ijab qabul diantaranya adalah dilakukan oleh orang yang telah baligh serta berakal, pelaksanaan qabul harus sesuai dengan ijab dan dilaksanakan dalam satu tempat.

d. Nilai tukar pengganti barang

Syarat dari rukun yang terakhir dapat digolongkan sebagai unsur yang sangat mendasar dalam jual beli, yakni nilai tukar yang dilakukan secara umum menggunakan uang atau alat pembayaran. Ulama fiqh membedakan terkait nilai tukar pengganti barang ini yakni *al-staman* dan *al-si'r*. *Staman* merupakan harga pasar yang ada dikalangan

masyarakat. Sedangkan *si'r* merupakan harga modal barang yang dapat diterima oleh penjual sebelum diserahkan atau dijual kepada konsumen.⁴⁶

d. Macam-macam jual beli

Jual beli dapat dikenal dalam beberapa bentuk serta jenisnya. Guna memudahkan pembaca agar dapat memahami macam-macam jual beli, penulis mengelompokkan macam jual beli kedalam beberapa bagian, yakni :

1. Ditinjau melalui sisi benda yang menjadi obyek dalam jual beli:
 - 1) Jual beli benda yang nampak atau terlihat, jual beli ini merupakan jenis atau macam jual beli yang sangat lazim dikalangan masyarakat, dimana barang atau benda yang akan diperjualbelikan telah tersedia dihadapan penjual maupun pembeli.
 - 2) Jual beli salam (pesanan), jenis jual beli ini dilakukan ketika pembeli yang ingin membeli barang dari penjual, akan tetapi barang tersebut tidak langsung dapat diambil oleh pembeli melainkan pembeli harus menunggu barang pembeliannya tersedia dengan melakukan proses pembayaran dimuka.

⁴⁶ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muammalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Prektek)*, (Malang : UIN-Maliki Press, 2018), 32.

2. Dari segi obyeknya jual beli terbedakan menjadi tiga macam, yakni :

- 1) *Ba'i al-Muqayadhah*, merupakan jual beli barang dengan barang atau biasa dikenal dengan sebutan barter.
- 2) *Ba'i al-Muthlaq*, merupakan jual beli barang dengan barang lain secara tangguh, atau menjual barang dengan saman secara mutlaq seperti dirham, dolar dan rupiah.
- 3) *Ba'i al-Sharf*, merupakan jual beli saman (alat pembayaran)

3. Ditinjau dari segi pelaku akad (subyek), terbagi menjadi tiga bagian, yakni :

- 1) Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan, merupakan akad yang biasa dilakukan oleh masyarakat secara umum, jika seseorang tersebut memiliki keterbatasan fisik (bisu) maka dapat diganti dengan menggunakan isyarat yang dapat dipahami oleh pihak lainnya.
- 2) Akad jual beli yang dilakukan melewati utusan, perantara, tulisan atau surat. Jenis jual beli ini dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli ketika tidak bisa dalam satu majelis ketika berakad.
- 3) Jual beli dengan tindakan (*Mu'athah*), merupakan jual beli yang mengambil serta menyerahkan barang yang telah dipilihnya tanpa adanya ijab qabul terlebih dahulu, seperti

halnya jual beli yang sering terjadi didala toko-toko yang telah memiliki bandrol harga pada setiap barangnya.

4. Jual beli ditinjau dari segi keshahiannya

Jenis jual beli yang disyariatkan oleh hukum islam, dimana jenis jual beli ini telah memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Jual beli yang telah memenuhi rukun dan syarat maka diperbolehkan untuk dilakukan dengan garis bawah jual beli tersebut tidak memiliki unsur yang dapat membatalkan kesahannya. Hal-hal yang dapat menggugurkan kesahan jual beli, sebagai berikut :

- 1) Menyakiti si penjual
- 2) Menyempitkan gerakan pasar
- 3) Merusak ketentuan umum.

5. Jual beli ditinjau dari hal yang membatalkannya

Secara garis besar telah jelas ketika jual beli dapat dikatakan tidak sah atau batal ketika terdapat unsur yang dapat membatalkan kegiatan tersebut, jual beli yang dapat membatalkan terdapat berbagai macam, diantaranya :

- 1) Jual beli buah yang masih ada pada pohonnya

Jual beli ini sama dengan model jual beli anak sapi yang masih ada didalam perut induknya. Hal ini tidak diperbolehkan oleh agama islam dikarenakan merupakan jual beli yang belum tentu memperoleh kepastiannya.

Penjual dan pembeli tidak ada yang mengetahui apakah anak sapi yang akan lahir dari induknya dapat terselamatkan atau tidak, penjual dan pembeli tidak ada yang dapat mengetahui buah yang telah matang sesuai dengan jumlah harga yang dibayarkan.

- 2) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli.

Jual beli ini seperti halnya, seseorang melakukan proses jual beli burung akan tetapi burung tersebut terlepas dan terbang jauh diudara. Rasulullah Saw bersabda,

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا تَسْتَرُوا
السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرَرٌ

Artinya : Ibnu Mas'ud ra. Berkata, Rasulullah Saw Bersabda, Janganlah membeli ikan dalam air karena itu gharar. (HR.Bukhari)⁴⁷

- 3) Jual beli yang mengandung unsur penipuan

Hukum awal jual beli adalah mubah, akan tetapi jika jual beli tersebut terdapat unsur yang dapat merusak kebolehan hukum awal jual beli maka jual beli tersebut dilarang. Dapat dicontohnya pada jual beli *al-Mazabanah*. Jual beli ini dapat dijadikan contoh dikarenakan dalam

⁴⁷ Imam Ahmad, *Musnad Ahmad*, No Hadis 3494, Juz 8, 29.

proses barter dikhawatirkan barang yang dijadikan obyek jual beli tidak seimbang. Rasulullah Saw, bersabda

عَنْ جَابِرٍ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الصُّبْرَةِ مِنَ التَّمْرِ لَا يُعْلَمُ كَيْلُهَا بِا لْكَيْلِ الْمُسَمَّى مِنَ التَّمْرِ

Artinya : dari Jabir ra. Rasulullah Saw, melarang menjual setumpuk tamar yang tidak diketahui takarannya dengan tamar yang diketahui takarannya. (HR. Bukhari Muslim)⁴⁸

4) Jual beli takaran dalam islam

Jika seseorang melakukan jual beli dengan menggunakan cara takaran atau timbangan hendaknya harus sesuai dengan apa yang telah diakadkan, jenis jual beli ini dapat dilihat dalam firman Allah Qs Al-Mutaffifin ayat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya : 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.

G. Teori Reward atau Penghargaan menurut Hukum Islam

⁴⁸ Mu'ammal Hamidy, *Terjemah Nailul Authar*, (Surabaya : PT. Bina Ilmu, 1993), 1733.

Reward atau penghargaan atau imbalan merupakan bentuk apresiasi terhadap suatu prestasi tertentu yang telah dicapai secara perorangan ataupun dalam lingkup lembaga dalam bentuk material ataupun non material. Adanya reward atau penghargaan ini berujuan agar anggota ataupun pegawai yang bekerja dalam suatu perusahaan dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih semangat dan giat guna mencapai keberhasilan perusahaan, selain itu reward hadir dalam setiap perusahaan guna menarik serta mempertahankan anggota.

Standart pemberian reward tidak ada ketentuan yang mengikat, pemberian reward ditentukan langsung oleh pihak perusahaan. Tingkatan reward yang akan diberikan bergantung dari tingkatan pencapaian yang dapat diraih.

Hukum islam menyebut kata *reward* dengan sebutan *ijarah*. Secara bahasa *ijarah* merupakan imbalan atau jasa, upah, sewa. Secara istilah *ijarah* merupakan suatu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.⁴⁹ *Ijarah* terbagi menjadi dua yakni *ijarah bil manfa'ah* dan *ijarah bil 'amal*.

Hendi suhendi menyebutkan bahwa *ijarah* merupakan upah-mengupaj, hal ini dikarenakan proses pengupahan terlihat jelas

⁴⁹ Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI.IV/2000, 1.

diantara kedua belah pihak, ha ini telah sesuai dengan rukun dan syarat dari *ijarah*.⁵⁰

Usaha yang dilakukan dalam memenuhi tujuan reward dapat mengikuti beberapa tahapan-tahapan dalam pemberian reward, sebagai berikut :⁵¹

- a. Melakukan analisis pekerjaan
- b. Melakukan penilaian pekerjaan
- c. Melakukan survei berbagai sistem penghargaan yang berlaku guna menentukan keadilan eksternal didasarkan pada sistem penghargaan di tempat lain
- d. Menentukan harga pada setiap pekerjaan guna menentukan penghargaan yang akan diberikan.

Dasar hukum pemberian reward berdasarkan firman Allah SWT Qs. Al-Qashash ayat 25

فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ
مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقَصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ
الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ

Artinya : kemudian datanglah kepada Musa salah seorang dari kedua wanita itu berjalan kemalu-maluan, ia berkata “Sesungguhnya bapakku memanggil kamu agar ia memberikan balasan terhadap (kebaikan)mu memberi minum (ternak) kami”. Maka tatkala Musa mendatangi bapaknya (Syuaib) dan menceritakan kepadanya cerita

⁵⁰ Hendi suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Rajawali Press, 2011), 113.

⁵¹ James L, dkk., *Organisasi : Perilaku, Struktur, Proses, Jilid 1* (Jakarta : Binarupa Aksara, 1996), 169.

(mengenai dirinya), Syuaib berkata, “Janganlah kamu takut. Kamu telah selamat dari orang-orang zalim itu”.⁵²

⁵² Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 559.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang diambil oleh peneliti dengan tujuan mencari, mencatat, merumuskan, serta menganalisis hingga terselesainya laporan ini. Dalam hal ini peneliti menggunakan perangkat penelitian guna dapat memperoleh hasil yang lebih maksimal, diantaranya :

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul “Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu atau Oriflame) menggunakan jenis penelitian empiris (*field research*) atau sosiologis. Penelitian empiris merupakan jenis penelitian yang menganalisa permasalahan yang telah ada kemudian dikaji serta ditelaah berdasarkan peraturan yang terkait sebagai bahan acuan dalam melakukan pemecahan masalah.⁵³

Adapun penelitian yang digunakan dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dimana jenis penelitian ini dilakukan secara terperinci, intensif. Pengkajian penelitian ini menekankan pada segi observasi yang akan menitikberatkan pada hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber.

⁵³ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta :Ghalia Indonesia,1998), 52.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis merupakan jenis pendekatan yang digunakan peneliti dengan tujuan untuk memperoleh hasil penelitian secara empiris dengan proses terjun langsung pada objek penelitian. Melalui pendekatan ini peneliti dapat mencari tahu terkait persoalan yang ada pada member oriflame atau objek penelitian.

C. Sumber Data

Dalam penelitian hukum terdapat dua jenis sumber data meliputi, sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian, dari sumber data ini peneliti dapat menganalisis dan menemukan jawaban dari hasil penelitian tersebut.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁵⁴ Terkait dengan masalah yang ada pada penelitian ini, sumber data primer diperoleh melalui wawancara terhadap member upline oriflame yang bernama laila, zahro, serta vivin.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data kedua setelah sumber data primer. Sumber data sekunder merupakan bahan yang memberikan penguat data hukum primer. Dalam pengumpulan sumber data

⁵⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Kedua. (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2017), 132.

sekunder ini peneliti mengambil data melalui Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Peraturan Menteri Perdagangan No 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung, Web Katalog Oriflame serta hasil wawancara dari Member Oriflame Kota Malang.

D. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian secara langsung dilakukan terhadap member oriflame Kota Malang secara online. Alasan mengapa peneliti mengambil lokasi penelitian pada member oriflame adalah dikarenakan peneliti telah melalui masa prospek secara langsung oleh salah satu *upline* atau leader team oriflame dalam pengenalan bisnis MLM dan agar dapat menjangkau secara mudah bagi penulis dalam pengumpulan data serta informasi yang akan diperlukan dalam penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

Penggunaan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti telah disesuaikan dengan apa yang diperlukan oleh peneliti, agar bisa mendapatkan hasil yang signifikan, pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara lisan oleh dua orang atau lebih dan

dilakukan dengan cara bertatap muka serta mendengarkan informasi atau keterangan secara langsung.⁵⁵ Peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengan responden terkait masalah yang sedang diteliti, yakni proses wawancara dilakukan dengan beberapa *upline* dan *downline* yang memiliki keterlibatan langsung terhadap proses praktik bisnis *multi level marketing*. Dari langkah tersebut peneliti mampu menerima serta memahami dengan jelas dan mendapatkan data yang akurat agar dapat menjawab rumusan masalah yang telah akan penulis teliti.

2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen baik berbentuk tulisan, gambar ataupun karya-karya monumental.⁵⁶ Metode ini digunakan guna sebagai penguat data-data yang telah didapatkan yang memiliki keterkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

F. Metode Pengolahan Data

Proses pengolahan data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya.⁵⁷ Setelah data dapat terkumpul, penulis akan menganalisa data yang telah didapatkan dan dilanjutkan

⁵⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 83.

⁵⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 82.

⁵⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 247.

dalam proses analisa dan mengkaji data sehingga dapat memperoleh data yang akurat. Analisa data dilakukan dengan berbagai cara, yakni:

1. Pemeriksaan data

Pemeriksaan data merupakan proses penelitian kembali terhadap catatan, berkas-berkas, informasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Pada tahapan ini peneliti memvalidasi ulang data yang telah diperoleh dari keseluruhan data baik berupa data melalui wawancara ataupun data yang memiliki kaitannya dengan pembahasan yang telah ditulis oleh peneliti.

2. Klasifikasi

Mengklasifikasikan data yang telah diperoleh kedalam model atau cara-cara tertentu dengan tujuan agar dapat mempermudah proses pembacaan, pengecekan serta penulisan data apabila terdapat kesalahan dalam penulisan.

3. Analisis Data

Pada tahap ini peneliti melakukan penyaringan terhadap data-data mentah yang telah diperoleh dari lapangan. Peneliti melakukan pengumpulan data yang telah didapatkan dari observasi, kemudian peneliti memilih hal-hal pokok dari data yang telah dikumpulkan untuk memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting.

4. Penarikan kesimpulan

Proses ini menyangkut pemberian penjelasan mengenai data yang sudah terkumpul agar dapat menciptakan masalah konseptual atau teknis pada saat peneliti melakukan analisa data yang telah terkelompokkan. Hal ini dihasilkan dari data wawancara beberapa pihak yang terkait.

Dari data yang telah diperoleh dari lapangan, peneliti menfokuskan dalam penarikan kesimpulan data-data tentang analisa aspek hukum positif dan hukum islam bisnis *multi level marketing* (Studi Kasus Member PT Orindo Alam Ayu atau ORIFLAME) agar data yang dihasilkan relevan serta dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lokasi penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada beberapa member Bisnis Multi Level Marketing Oriflame. Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang objek penelitian dalam skripsi ini, dimulai dari sejarah, visi misi dan lain sebagainya, serta pembahasan dari hasil penelitian.

B. Pemaparan Hasil

1. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Bisnis Multi Level Marketing Oriflame

Oriflame merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik yang berdiri sejak tahun 1967 di sebuah kantor kecil di Stockholm. Perusahaan ini berawal dari dua orang bersaudara yang bernama Jonas dan Robert Jochnick serta teman mereka yang bernama Bengt Hellsten yang sedang melakukan perbincangan terkait impian mereka. Dalam perbincangannya mereka ingin membuat sebuah perusahaan yang berbeda yang menawarkan jenis produk yang berbeda. Dalam kesempatan saat itu mereka lantas mendapatkan ide dengan memberikan kesempatan pada orang untuk mendapatkan manfaat dari produk kecantikan berkualitas tinggi yang terinspirasi dari alam Swedia. Pada saat itu, ide bukanlah hal yang umum, utamanya di Swedia. Dari percakapan tersebut justru menandai awal dari perjalanan

luar biasa yang bahkan terus menginspirasi hingga lebih dari 50 tahun kemudian.

Saat ini, oriflame telah hadir di lebih dari 60 negara dengan jumlah member yang menjual dan mempromosikan produk kecantikan dan Welbeing mencapai tiga juta orang consultant mandiri. Oriflame merupakan perusahaan dengan karakteristik semangat “saya-bisa”.⁵⁸

Di Indonesia oriflame mulai dikenal sejak tahun 1986 yang bekerjasama dengan PT. Orindo Alam Ayu dalam memasarkan produknya, beberapa kantor cabang telah tersebar di seluruh Indonesia utamanya di kota-kota besar Indonesia, yakni Jakarta, Bandung, Medan, Pekanbaru, Makassar, Surabaya, Denpasar, Yogyakarta, Balikpapan, Semarang, Palembang serta yang terakhir di kota Manado.

Dalam pengembangan produknya, oriflame mengembangkan formulasi dan produk kosmetik dari bahan dasar alami yang telah dikombinasikan dengan ilmu pengetahuan terbaru. Oriflame merupakan salah satu perusahaan *direct selling* dengan *Multi Level Marketing*, hal ini dikarenakan produk yang dimiliki oleh oriflame dijual belikan secara langsung kepada konsumen melalui distributor independen bukan melalui karyawan oriflame sendiri. Tujuan perusahaan oriflame menggunakan sistem ini adalah agar dapatt

⁵⁸ <https://id.oriflame.com/about/our-history> diakses pada 24 November 2022 pukul 16.50

memperbesar jangkauan jumlah penjualan dengan tetap mengutamakan kualitas produk serta pelayanan.⁵⁹

2. Visi dan Misi Oriflame

Visi : Oriflame menjadi perusahaan kosmetik nomor satu dengan sistem penjualan langsung

Misi : Mewujudkan impian

3. Keunggulan Produk Oriflame

- a) Natural (Alami), produk oriflame diambil dari bahan sari pati alami yang memiliki kadar alergi rendah
- b) *Import* dengan harga terjangkau
- c) Sesuai dengan iklim tropis
- d) Tidak diuji coba pada hewan, tetapi pada sukarelawan dengan menjamin keamanan, kecocokan serta efektifitas termasuk kulit sensitif
- e) Kemasan dapat didaur ulang
- f) Tidak merusak ozon, hal ini dikarenakan oriflame menggunakan aerosol yang akrab
- g) Garansi 100%
- h) Ada tanggal kadaluarsa
- i) Terdapat perbedaan berdasarkan jenis kulit serta usia, sehingga terdapat kecocokan serta dapat digunakan oleh semua orang hal ini

⁵⁹ Zahro, Wawancara (Malang, 02 Desember 2022)

dikarenakan pH *balance* (d disesuaikan dengan kulit manusia antara 4,5-6,5)

j) Produk oriflame telah mengantongi surat pernyataan dari BPOM.⁶⁰

4. Produk-Produk Oriflame

- a. Skincare : Novage SET, Optimals Hydra SET, Essentials Fairness SET, Clay Mask Kit, Optimals Moisture Quenching Face Mask, Love Nature Organic SET, Love Nature Konjac Sponge, Love Nature Lipbalm, Pure Skin SET, Cleansing Sponge, Pure Skin Blackhead Clearing Mask, Tendercare Protecting Balm.
- b. Wellbeing : Oriflame Nutrishake, Madu Hutan Tesso Nilo, Ujung Kulon Odeng Honey, dan Purple Shaker and Scoop.
- c. Men's Corner : Novage Men SET, North For Men SET, Possess The Secret Man Eau de Parfum, Paradis Man Eau De Toilette, Giordani Gold Man Anti Perspirant Roll On Deodorant & Deodorant Spray, Mister Giordani Eau De Toilette.
- d. Fragrance : Eclat Homme Anti-perspirant Deodorant Spray, Eclat Homme Eau de Toilette, Men's Collection Dark Wood Eau de Toilette, Women's Collection Delicate, Giordani Gold Essenza Parfum, Giordani Gold Original Perfume Roll-on Deodorant, Giordani Gold Original Eau de Parfum, Amber Elixir Perfumed Body Cream, Elvie Eau de Toilette, Women's Collection Innocent White Lilac Eau de Toilette, Women's Collection Sensual Jasmine

⁶⁰ <https://bisnissemuaorang.wordpress.com/sejarah-oriflame/> diakses pada tanggal 24 November 2022 pukul 17.29 WIB

Eau de Toilette, Sublime Nature Tonka Bean Parfum, VIP Club Ibiza Body Mist, VIP Club Bali Body Mist.

- e. Personal Care : Feet up, Radiant rose soap bar & hand cream, Feminelle refresing & protecting intimate wash, Silk Beauty White Glow, Activelle comfort deodorant, Love nature Soap Bar, Oriflame Eco Bag, Showes Puff, Love Nature Shampoo, Optifresh Kids Toothpaste, Love Nature 2in1 Shampoo for All Hair Typer, Eleo Precting Hair X Advanced Care Ultimate Repair Nourishing, Activator Fortifying, Hair X Advanced Care, Styler Brush, Wide Tooth Comb.
- f. Accesories : Lightweight Lux Sunglasses in Case, Tremendous Bag Leaf Cosmetic Pouch To you Classing Pearl Watch, Express Two Tone Bag, Aura Scraf Express Wrap Around Watch.
- g. Make up : Giordani Gold Incredible, The ONE BB, The ONE Colour, Nail Works PRO Nail Polish, The ONE All-Over Make-Up Remover Make-Up Brush Case, Precision Brush, novAge Intense.
- h. Infocus : Precision Lip Brush, The ONE Lip Sensation Matte Mousse, The ONE Colour Unlimited Lipstick Super Matte, Milk & Honey Gold Softening, Love Nature Shampoo & Conditioner for Coloured Hair Pomegrante & Oats Aloe Vera Juice. Love Nature

Refreshing Cleansing Cream, Love Nature Hydrating Face Cream.⁶¹

5. Mekanisme Bisnis *Multi Level Marketing* Oriflame

Anggota perusahaan bisnis yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing* secara umum telah memberikan kebebasan dalam berpeluang bisnis, hal ini dikarenakan perusahaan tidak memiliki keterikatan kontrak dengan anggotanya. Penghasilan yang akan didapatkan melalui cara-cara dalam memperkenalkan produk perusahaan kepada anggota baru, khususnya perusahaan bisnis *Multi Level Marketing Oriflame*. Pada umumnya mekanisme kerja dari bisnis MLM adalah menjual, memprospek, merekrut serta membina dan memotivasi.

Bisnis oriflame yang mengusung konsep bisnis *Multi Level Marketing*, dimana konsultan akan memperoleh pendapatan tambahan atau komisi penjualan serta bonus penjualan dari dihasilkan melalui proses penjualan barang secara pribadi dan anggota yang ada dalam jaringan kelompoknya.

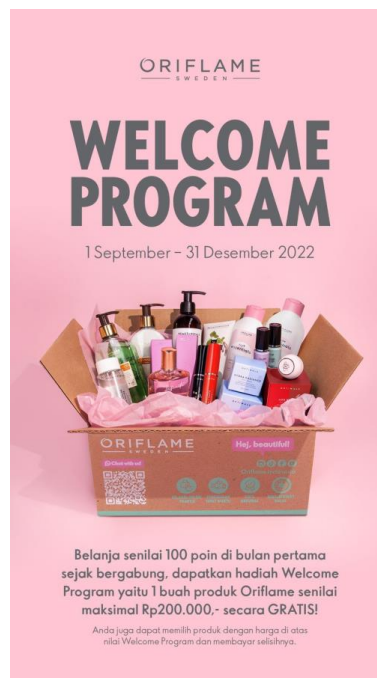
Seorang member baru yang akan bergabung cukup dengan mengisi data diri agar bisa mengakses aplikasi yang dimiliki oleh oriflame untuk selanjutnya member baru akan membayar uang senilai Rp 49.900 sebagai biaya pendaftaran yang akan digantikan sebuah buku katalog. Pembayaran biaya daftar member baru tidak diharuskan pada

⁶¹ Laila, Wawancara (Malang, 10 Desember 2022)

awal gabung dengan perusahaan, akan tetapi pembayaran senilai Rp 49.900 dibayarkan ketika terdapat konsumen atau pembeli produk pertama. Pada awal pendaftaran seorang member baru akan mendapatkan beberapa fasilitas yakni berupa akun member untuk order produk, diskon 23% dalam setiap transaksi belanja, bimbingan secara langsung dari mentor, serta buku katalog sebagai bahan penjualan produk.

Sistem yang digunakan oleh member oriflame dalam proses berjualan sangatlah mudah. Member hanya memerlukan sosial media atau pun melakukan penawaran secara langsung untuk menawarkan produk oriflame. Setelah menjadi anggota atau member, dalam jangka waktu satu bulan anggota baru dari perusahaan oriflame akan mendapatkan sebuah imbalan yang telah ditentukan. Imbalan tersebut berupa point yang akan didapatkan dari pencapaian selama satu bulan bekerja. Dalam penjualan produk setiap bulannya, anggota atau member oriflame diwajibkan untuk tupo (tutup point) senilai 100 bp atau setara dengan jumlah imbalan sebesar Rp 650.000, akan tetapi jika dalam jangka waktu satu bulan member tidak bisa mendapatkan point sebesar 100 bp maka member tidak mendapatkan imbalan tersebut.⁶²

⁶² Zahro, wawancara, (Malang, 02 Desember 2022)



Gambar 5.1 Contoh Reward di Bulan Desember

Beberapa cara pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan oriflame :⁶³

- a. Mendapatkan pemasukan dengan membeli produk yang lebih murah

Seorang member baru yang memulai menjalankan bisnis akan diberikan kesempatan oleh perusahaan dengan memberikan potongan harga sebesar 23% dari harga yang tercantumkan didalam buku katalog. Pada cara pemasaran seperti inilah yang seringkali mendapat respon dari pelanggan, dikarenakan sebelum melakukan pemasaran seorang member mencoba atau mengkonsumsi secara pribadi produk oriflame untuk memberikan testimonial kepada pelanggan.

⁶³ Zahro, wawancara, (Malang, 02 Desember 2022)

Kode	Harga Katalog	Harga Member	Laba	Poin
30574	Rp 119.000	Rp 91.600	Rp 27.400	14
17328	Rp 479.000	Rp 368.800	Rp 110.200	58
22786	Rp 489.000	Rp 376.500	Rp 112.500	59
25403	Rp 579.000	Rp 445.800	Rp 133.200	69
Jumlah	Rp 1.666.000	Rp 1.282.700	Rp 383.300	200

Tabel 5. 1 Cara Menghitung Keuntungan Langsung Dalam Penjualan

Produk

- b. Mendapatkan uang dengan menunjukkan katalog serta perolehan keuntungan dari penjualan

Member yang melakukan penjualan melalui katalog akan mendapat kan hak sebesar 30% dari keuntungan langsung, seperti contoh member melakukan pembelian produk pada perusahaan sebesar Rp 200.000 maka produk yang dijualkan kepada konsumen melalui katalog sebear Rp 230.000 selisih antara harga katalog dengan harga member merupakan laba yang didapatkan oleh member. Selain mendapatkan laba, member juga akan mendapatkan point dari penjualan setiap produknya.

- c. Mendapatkan uang dengan mengundang serta membentuk tim

Salah satu ciri khas dari perusahaan *Multi Level Marketing* adalah mekanisme bisnis yang berjenjang. Member dari perusahaan MLM akan mendapatkan penghasilan tambahan atau reward hanya dengan mengajak orang lain agar bisa bergabung didalam bisnis nya. Reward yang akan didapatkan selain dari hasil penjualan secara individual, bagi member yang telah merekrut

anggota baru (*upline*) dan membentuk jaringan akan mendapatkan bonus atau yang disebut dengan *Grup Point*.

Grup Point didapatkan melalui *downline* yang telah melakukan proses penjualan yang diakumulasikan, *upline* akan mendapatkan *grup point* tersebut sebagai tanda bahwa *upline* telah melakukan pembinaan kepada *downline* hingga berhasil.

6. Jenjang Karir Oriflame

Dalam melakukan kinerja oriflame, terdapat enam tingkatan yang menjadikan acuan para member agar dapat meraih jenjang karir yang sempurna pada perusahaan Multi Level Marketing, yakni Consultant, Manager, Director, Gold Director, Sapphire Director, Diamond Director, dan UP. Bonus yang didapatkan disetiap level nya sangat berbeda. Member baru yang masih ada digaris level 3% hanya mendapatkan bonus sebesar 22 – 60 ribu, pada level selanjutnya yakni 6% bonus yang bisa didapatkan oleh member sebesar 150 – 300 ribu, kemudian di level 9% bonus yang didapatkan 350 – 700 ribu, dan apabila telah mencapai level atas yakni di level 21% bonus yang bisa didapatkan sebesar 5 – 7 juta.⁶⁴

⁶⁴ Vivin, wawancara pada tanggal 12 November 2022

LEVEL	BONUS POINT (BP)	JENJANG KARIR	BONUS
21%	> 10,000	Senior Manager	5 - 7 Juta
18%	6600 - 9999	Manager	2 – 3 Juta
15%	4000 - 6599	Manager	1 – 1,5 Juta
12%	2400 - 3999	Manager 12%	< 1 juta
9%	1200 - 2399	Consultant	< 500 ribu
6%	600 - 1199	Consultant	< 300 ribu
3%	200 - 599	Consultant	< 100 ribu

Gambar 6.1 Perhitungan Poin dan Bonus

Jenjang karir (*Success plan*) oriflame merupakan suatu penjelasan yang dilakukan oleh perusahaan secara bertahap mulai dari tahapan paling rendah yakni level konsultan hingga pada tahapan presiden, selain itu perusahaan juga memberikan penjelasan terkait penghasilan yang akan didapatkan pada setiap bulannya.



Gambar 6.2 Success Plan Oriflame

 SUCCESS PLAN					
TITLE	SYARAT	PENDAPATAN / TAHUN	BONUS LC	CASH AWARD	LAINNYA
Director	6x kualifikasi sebagai SM (dalam 12 bulan)	72 Juta	1 Juta	7 Juta	Pin Director Seminar Gala Dinner
Gold Director	Memiliki 2 grup 21% selama 6x (dalam 12 bulan)	120 Juta	1,4 Juta	14 Juta	Pin Dir. Seminar + Gala Dinner Gold Conference 1 ticket
Senior Gold Director	Memiliki 3 grup 21% selama 6x (dalam 12 bulan)	180 Juta	1,4 Juta	21 Juta	Pin Dir. Seminar + Gala Dinner Gold Conference 1 ticket
Sapphire Director	Memiliki 4 grup 21% selama 6x (dalam 12 bulan)	240 Juta	2,8 Juta	28 Juta	Pin Dir. Seminar + Gala Dinner Gold Conference 2 ticket
Diamond Director	Memiliki 6 grup 21% selama 6x (dalam 12 bulan)	460 Juta		42 Juta	Pin Dir. Seminar + Gala Dinner Gold Conference 2 ticket Diamond Conf. 2 ticket Car Program

Gambar 6.3 Success Plan Oriflame

Keuntungan-keuntung ketika bergabung dengan oriflame :

a) Keuntungan 30%

Dapat dicontohkan pada produk *Midnight Peral EDP* (Kode 19851). Pada produk ini harga yang tercantum pada katalog dengan nominal Rp 529.000,- harga partner Rp 406.900,- partner akan memperoleh keuntungan sebesar 30% dari penjualan produk tersebut. Keuntungan partner sebesar Rp 122.100

b) *Performance Discount*

Level	Min BP (Bonus Poin)	Bonus
21%	10.000	± Rp 6.000.000
18%	6.600	± Rp 3.200.000
15%	4.000	± Rp 2.200.000
12%	2.400	± Rp 1.100.000
9%	1.200	± Rp 500.000
6%	600	± Rp 200.000
3%	200	± Rp 30.000

Tabel 6.1 Performance Discount

c) Program berhadiah (WP,BC, dan lain-lain)

- WP (*Welcome Program*) merupakan program khusus yang bisa diperoleh oleh member atau partner baru. *Welcome Program* dapat terbagi menjadi 3 yakni WP 1 (dengan mengumpulkan 75 poin pribadi dalam jangka waktu 30 hari sejak awak bergabung akan mendapatkan produk senilai Rp 70.000 (harga katalog secara gratis) , WP 2 (mengumpulkan 100 point pada bulan kedua akan mendapatkan produk gratis seharga Rp 100.000) , WP 3 (mengumpulkan 125 poin di bulan ketiga akan mendapatkan produk seharga Rp 125.000)
- BC (*Business Class*) merupakan program untuk partner lama serta parner baru. Untuk mendapatkan keuntungan dari program ini partner diharuskan untuk bisa mengumpulkan sebanyak 150 poin yang disebut sebagai member BC, dari poin ini member akan mendapatkan diskon 50% untuk 1 produk pilihan yang ada di bulan selanjutnya.
- Royalty sampai ratusan juta ditiap bulannya

d) Leaders club bonus

e) Jenajng karis serta cash award

f) Program kepemilikan mobil dan saham

g) Jalan-jalan ke dalam negeri dan luar negeri secara gratis

h) Bisa pensiun dan diwariskan.

Secara ketat perusahaan oriflame telah menerapkan kode etik yang dimiliki agar dipatuhi oleh para member guna menjaga kestabilan pencapaian suatu perusahaan, oleh karenanya kode etik ini dipatuhi oleh para member salah satunya dalam bidang pemasaran produk oriflame.

Perusahaan oriflame memiliki cara tersendiri dalam sistem pemasaran, yakni tidak diperbolehkannya dalam hal penyetoran barang hal ini dapat diartikan sebagai setiap member dalam melakukan transaksi pembelian produk dengan jumlah yang telah sesuai dengan pesanan, tidak boleh lebih dengan tujuan dapat dijual belikan dilain waktu. Tujuan dari hal ini guna tidak ada kesenjangan sosial antar tiap member dalam pembagian komisi.⁶⁵

Berikut merupakan beberapa bagian dari kode etik oriflame yang wajib dipatuhi oleh para member :

1. Konsultan oriflame tidak diperkenankan menggunakan jaringan oriflame dalam melakukan pemasran produk atau skema apapun yang tidak pernah mendapatkan persetujuan resmi dari oriflame
2. Konsultan tidak boleh dalam cara apapun secara salah menerangkan, mempresentasikan, menjelaskan tentang kualitas, kinerja atau ketersediaan segala produk oriflame. Jika terdapat kesalahan yang dilakukan oleh member maka konsultan wajib mengganti kerugian serta bertanggung jawab kepada perusahaan

⁶⁵ <https://id.oriflame.com/terms-and-conditions/consultant> diakses pada tanggal 12 Desember 2022 pukul 21.05 WIB.

atas segala kerugian yang ditimbulkan oleh pihak ketiga karena *misrepresentation* tersebut.

3. Konsultan tidak boleh melakukan tindak pencurian seorang calon konsultan dari konsultan lainnya, ataupun ikut campur dalam urusan konsultan lainnya
4. Konsultan oriflame tidak memiliki kepegawaian dalam bentuk apapun dengan oriflame. Seorang konsultan oriflame harus dengan jelas menyatakan dan menerangkan sifat independen bisnis ini, termasuk terkait fatwa bahwa kesempatan bisnis yang telah ditawarkan sama sekali tidak memiliki hubungan kepegawaian dengan oriflame
5. Konsultan oriflame tidak memiliki kewenangan dalam mengikat atau mengambil tanggung jawab atas nama oriflame.
6. Konsultan oriflame wajib mematuhi semua hukum serta peraturan perundang-undangan yang berlaku, kode etik, dan aturan perilaku yang berlaku bagi pengoperasian keanggotaan mereka, termasuk segala peraturan perundang-undangan tentang perpajakan yang relevan
7. Pada awal pertemuan antara konsumen dengan konsultan, seorang konsultan harus memperkenalkan dirinya serta menjelaskan maksud dari pertemuan tersebut secara transparansi
8. Informasi yang diberikan konsultan kepada konsumen harus memberikan kejelasan serta menyeluruh sesuai dengan prinsip

itikad baik dalam transaksi komersial serta prinsip yang menatur perlindungan terhadap mereka yang belum mendapatkan persetujuan

9. Konsultan tidak boleh melakukan penyalahgunaan kepercayaan
10. Konsultan wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai kondisi dan jaminan atas produk kepada konsumen
11. Jika dalam periode yang memungkinkan suatu pengembalian barang sebagaimana yang telah ditetapkan, maka konsultan wajib memberikan penawaran kepada konsumen suatu penggantian
12. Atas permintaan pelanggan, konsultan wajib menghentikan demonstrasi atau presentasi penjualan dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam memastikan informasi pribadi yang diberikan oleh konsumen yang sebenarnya ataupun calon pelanggan dapat terlindungi
13. Dalam membangun grub pribadi, konsultan harus memastikan bahwa konsultan baru akan mematuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku bagi konsultan oriflame
14. Dalam membangun grub pribadi, konsultan harus memastikan bahwa konsultan baru akan mematuhi persyaratan kredit oriflame
15. Untuk menjadi sponsor, konsultan harus memastikan bahwa secara pribadi melatih dan memberikan motivasi kepada konsultan oriflame yang disponsori tersebut

16. Konsultan oriflame tidak diperbolehkan terlibat dalam suatu wawancara yang terkait atau merujuk pada oriflame dengan media apapun untuk kepentingan pemasaran bisnis tanpa persetujuan terlebih dahulu oleh oriflame

17. Konsultan tidak boleh terlibat dalam dialog media sosial yang salah satunya menyajikan atau mmeberikan informasi yang tidak tepat atau menyesatkan tentang oriflame yang dapat merugikan.

7. Mekanisme Reward Perusahaan Oriflame

PT. Orindo Alam Ayu merupakan salah satu perusahaan bisnis yang menggunakan sistem penjualan berjenjang (*Multi Level Marketing*) dimana pemasaran produk dilakukan oleh anggota perusahaan yang telah bergabung. Selanjutnya para member yang lebih dahulu bergabung dengan perusahaan oriflame dapat merekrut member baru guna dijadikan sebagai tenaga pemasaran produk, hal inilah yang menjadikan perusahaan oriflame tidak pernah melakukan proses pemasaran produk ke toko-toko atau supermarket umum.

Proses yang dilalui seseorang untuk dapat bergabung dengan perusahaan sebagai mana telah disebutkan pada penjelasan bagian atas, seseorang hanya perlu mendaftarkan diri sebagai member dengan melakukan pendaftaran senilai Rp 49.900, ketika melakukan perekrutan seorang upline mmeberikan informasi terlebih dahulu mengenai gambaran umum produk-produk oriflame yang akan dijual

belikan serta informasi tentang mekanisme diskon penjualan produk yang dapat diterima oleh member oriflame.⁶⁶

Mekanisme diskon yang telah ditetapkan perusahaan kepada member akan mendapatkan *Welcome Program* yang terdiri dari 3 langkah, yakni *Welcome Program 1* (WP 1), *Welcome Program 2* (WP 2), *Welcome Program 3* (WP 3).

a. Welcome Program 1

Pada bulan pertama semenjak bergabung, anggota baru melakukan proses belanja dengan total poin hingga 100 poin yang akan mendapatkan hadiah sebuah produk di katalog dengan maksimal nilai Rp 300.000 hanya seharga Rp 29.900

b. Welcome Program 2

Belanja pada bulan kedua semenjak bergabung dengan total poin 100 setelah menyelesaikan WP 1, akan mendapatkan hadiah WP 2 yakni sebuah produk katalog dengan nilai maksimal Rp 400.000 hanya seharga Rp 29.900

c. Welcome program 3

Pada bulan ketiga sejak bergabung dengan belanja 100 poin akan mendapatkan hadiah sebuah Fickan Crossbody Bag senilai Rp 599.000 hanya Rp 29.900

Selain hadiah dari welcome program terdapat pula diskon *Business Class* yang diberikan kepada member dengan syarat member perlu

⁶⁶ Laila, Wawancara (Malang, 10 Desember 2022)

mengumpulkan sebanyak 200 poin pada setiap bulannya serta dapat diskon 50 % pada bulan berikutnya.

Selain yang disebutkan diatas, terdapat pula diskon 23% yang akan diberikan kepada seluruh member yang telah bergabung dengan perusahaan pada setiap pembelian produk yang ada dikatalog.

Harga Katalog/Harga Konsumen	Rp 119.000
Harga Member	Rp 91.600
Poin yang didapatkan	14 poin

Tabel 7.1 Daftar Harga Produk Oriflame⁶⁷

Secara umum produk yang dimiliki oriflame merupakan produk yang diminati banyak kalangan dengan kesesuaian hasil antara hukum permintaan serta penawaran dikarenakan beberapa faktor terhadap produk oriflame yang dijadikan peluang bisnis yang menguntungkan bagi member.

Akan tetapi, terdapat penyimpangan harga pada penjualan produk yang dilakukan oleh member yang menjual dibawah harga katalog. Hal ini biasa dilakukan oleh para member yang telah memiliki jenjang karir yang lebih tinggi dari jaringan bisnisnya sudah luas serta berkembang sehingga sangat mudah bagi member dalam menurunkan harga penjualan produk sehingga mereka tidak mendapatkan keuntungan dari penjualan akan tetapi mendapatkan keuntungan lebih besar dari poin komisi.

⁶⁷ Buku Panduan Member Oriflame

Member yang melakukan hal ini bukanlah member yang berfokus dalam penjualan produk unggulan oriflame. Dapat dikatakan jika terdapat member yang melakukan proses penjualan yang tidak memenuhi standar penjualan, maka member tersebut telah melanggar kode etik yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

8. Analisis Mekanisme Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Tinjauan Hukum Syariah

a. Mekanisme oriflame

Sangat mudah bagi seseorang agar dapat menjadi bagian dari perusahaan oriflame, hanya dengan melakukan administrasi sebagaimana yang telah dijelaskan pada mekanisme perekrutan anggota.

Dalam hukum islam sistem yang digunakan oleh perusahaan *Multi Level Marketing* melalui sistem *member get member* merupakan salah satu cara dalam perekrutan anggota baru yang dilakukan oleh anggota sebelumnya. Menjual, memprospek, merekrut, menyeleksi, serta membina dan memotivasi merupakan persoalan yang sangat penting dalam menjalankan mekanisme bisnis multi level marketing. Dalam hadist yang diriwayatkan oleh

Imam Bukhari dari Abu Khurairah, Rasulullah Saw, bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
إِذَا ضَيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ
إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

*“Ketika menyia-nyiakan amanah, maka tunggulah kehancuran. Dikatakan, hai Rasulullah apa yang membuatnya sia-sia? Rasulullah bersabda : ketika suatu perkara diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.*⁶⁸

Dapat disimpulkan bahwa perusahaan oriflame dalam menjalankan mekanismenya telah memenuhi hukum islam karena dalam agama Islam telah memperbolehkan dalam melakukan perekrutan anggota untuk dijadikan member atau distributor baru.

b. Produk unggulan oriflame

Seperti halnya perusahaan-perusahaan multi level marketing yang memiliki produk untuk dipasarkan, perusahaan oriflame pun juga memiliki produk unggulan yang dapat ditemui dipasaran. Produk yang dimiliki oleh oriflame merupakan produk yang berada pada skala kecantikan yang berupa parfum, bedak, pensil alis, eyebrow, maskara, lipstik dan lain-lain. Banyak kalangan masyarakat yang telah mengetahui keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk oriflame, salah satunya terdapat keunggulan bahwa produk oriflame diproduksi dengan menggunakan bahan alami.

Secara ketentuan hukum islam produk atau barang harus ada obyek riil dalam transaksi jual beli, barang yang akan diperjualbelikan bukanlah barang yang diharamkan. Jadi dapat

⁶⁸ Yudi Yansyah, *Mimbar Dakwah Sesi 43 : Bila Amanah Telah Disia-siakan*, Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jawa Barat, 26 Agustus 2020, Diakses 26 Januari 2023, <https://jabar.kemenag.go.id/portal/read/mimbar-dakwah-sesi-43-bila-amanah-telah-disiasiakan->

disimpulkan bahwa produk yang telah diproduksi oleh perusahaan oriflame telah mencakupi teori hukum islam. Hingga saat ini belum ditemukannya indikator bahan berbahaya serta bahan tidak halal didalam produk oriflame.

c. Mekanisme Diskon

Dasar hukum islam terhadap jual beli adalah diperbolehkan, begitu pula pada proses jual beli yang dilakukan oleh member oriflame. Akan tetapi jika terdapat member yang melakukan proses jual beli dengan menggunakan harga dibawah harga yang tertera pada katalog maka hal tersebut tidak diperbolehkan karena dapat merugikan member lain serta dapat merusak harga pasar. Didalam islam mendzhalimi salah satu pihak dalam jual beli itu diharamkan, selain melanggar ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Allah SWT berfirman dalam Qs Yunus Ayat 59 :

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ
 اللَّهُ أَدْنَىٰ لَكُمْ أَمْ عَلَى اللَّهِ تَفْتَرُونَ

Artinya : Katakanlah, terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan halal. Katakanlah apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-ngadakan saja terhadap Allah.⁶⁹

⁶⁹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 296.

Sistem penjualan yang telah diajarkan oleh agama islam menjelaskan berbagai macam etika yang dapat dilakukan oleh member perusahaan oriflame dalam melakukan jual beli, termasuk dalam penetapan harga. Salah satu nya adalah penjual diharuskan untuk berlaku jujur terhadap harga serta barang yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Penyimpangan terhadap harga penjualan produk yang tidak sesuai dengan harga yang telah tertera pada katalog merupakan hal dari kecurangan dalam proses jual beli, meskipun tidak menimbulkan kerugian serta kerusakan akibat tindakan tersebut. Akan tetapi hal tersebut tetap diharamkan oleh Allah SWT.⁷⁰

Dapat disimpulkan bahwa penjualan produk yang dibawah harga katalog jika tetap dibiarkan maka akan terjadi kerusakan harga yang membuat kerugian bagi setiap member lain. Selain menimbulkan kerugian akibat merusak harga pasar, perbuatan tersebut dapat merugikan orang lain serta merasa terdzalimi oleh sifat ketidakjujuran tersebut. Dalam penetapan harga yang telah ditentukan oleh perusahaan merupakan ketentuan yang wajib diikuti oleh para member perusahaan oriflame agar dapat memperoleh keuntungan yang stabil tanpa melanggar sistem yang telah diterapkan oleh perusahaan.

d. Jenjang karir

⁷⁰ Yusuf Al-Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam* (Terjemahan Muammal Hamidy), (Surabaya : Bina Ilmu, 1993), 20.

Jenjang karir yang ada pada perusahaan oriflame ini telah memenuhi ketentuan hukum islam, karena dalam menerapkan tingkatan karir atau bonus serta level pada oriflame memanglah harus adanya usaha dalam mendapatkan target yang sesuai dengan level yang akan dicapainya. Akan tetapi member yang terlebih dahulu bergabung akan mendapatkan keuntungan, sedangkan member yang baru bergabung dengan perusahaan cenderung mendapatkan sedikit keuntungan. Jika dilihat dari segi permasalahan ini bagaimana mungkin seorang mendapatkan uang yang lebih besar dari modal awalnya, kalau bukan didapatkan melalui member yang baru bergabung. Skema seperti inilah yang akan terus dijalankan secara berantai.

Allah berfirman dalam Qs. An-Nisa ayat 29 :

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

Artinya : 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 diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.⁷¹

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa segala harta benda yang telah diperoleh harus melalui jalan yang telah disyariatkan.

⁷¹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 112.

Prinsip dasar dalam menjalin kerja sama dengan siapapun selama bertujuan terhadap kebajikan dan ketakwaan, dengan kata lain para member dapat melakukan proses transaksi dengan tujuan membawa kebaikan buat diri sendiri ataupun orang lain dapat dikatakan sebagai prinsip kerjasama.

e. Mekanisme reward

Reward merupakan sebuah apresiasi yang telah diberikan oleh perusahaan kepada anggota atau member ketika telah mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Pencapaian target ini melalui pengumpulan poin baik secara proses penjualan pribadi ataupun melalui keaktifan *downline*. Reward yang akan diberikan oleh perusahaan dapat berupa produk ataupun berupa uang yang akan diserahkan terimakan kepada member melalui transfer ke masing-masing rekening member.

Prinsip yang dimiliki islam dalam pengembangan sistem bisnis yakni terbebasnya dari unsur *dhahar*, *jahala*, dan *zulm*. Oleh karenanya dalam ketentuan pemberian bonus menurut segi syariah dapat dilihat dari 3 syarat, yakni :

1. Adil, dalam artian bahwa bonus yang diberikan kepada upline tidak boleh mengurangi hak orang lain yang ada dibawahnya, sehingga tidak terjadi hal yang dapat menzalimi reward tersebut.

2. Terubuka, artinya dalam pemberian reward ini wajib diberitahukan kepada seluruh member. Dalam hal ini, pembagian masing-masing bagiannya harus dibicarakan secara keseluruhan tanpa harus ada yang ditutupi kepada member.
3. Berorientasi kepada *al-Falah* (keuntungan dunia akhirat)

Dalam menjalankan bisnis *multi level marketing* ini agar dapat berjalan sesuai dengan syariah islam, maka harus diimbangi dengan kejujuran perusahaan serta member upline. Perusahaan harus transparan kepada member, tidak adanya unsur menipu, serta tidak menjalankan bisnis haram dan syubhat sesuai dengan ketentuan yang telah dijalankan oleh perusahaan. Meski demikian, masih banyak member upline yang tidak mematuhi ketentuan perusahaan. Hal ini dapat merugikan member downline dan sangat jelas bahwa kegiatan ini sangat dilarang oleh islam. Allah berfirman dalam Qs. Al-Baqarah ayat 188⁷² :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا
مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : “Dan janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

⁷² Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 38.

Dijelaskan juga pada surah Qs. Asy-Syu'ara ayat 183 :

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya : “Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”⁷³

9. Analisis Multi Level Marketing Perusahaan Oriflame Menurut Hukum Positif

Sebelum UU perdagangan disahkan penyelenggaraan usaha MLM di Indonesia diatur oleh Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.

a. Perekrutan

Di Oriflame tidak ada reward atau bonus atau komisi apapun atas rekrut, setiap member yang kita rekrut hanya membayar *joining fee* dan diganti dengan *starter kit*. Tidak ada satu rupiah pun bagi hasil dari pembelian starter kit tersebut diberikan kepada sebagai sponsor. Dalam paket pembelian starterkit juga tidak diikuti *bundling* produk. Pembelian produk dilakukan terpisah. Sesuai dengan pasal 1 poin no 12 yang berbunyi jaringan pemasaran terlarang adalah kehiatan usaha dengan nama atau istilah apapun dimana keikutsertaan mitra usaha berdasarkan pertimbangan adanya peluang untuk memperoleh imbalan yang

⁷³ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 537.

berasal atau didapatkan terutama dari hasil partisipasi orang lain yang bergabung kemudia atau sesudah bergabungnya mitra usaha tersebut, dan bukan dari hasil kegiatan penjualan barang dan/atau jasa.

b. Komisi/Bonus

Bonus atau biasa Oriflamers sebut sebagai gaji yang tiap tanggal 5 ditransfer oleh Oriflame ke rekening juga adalah hasil kerja sesuai volume dari penjualan pribadi dan volume penjualan group/jaringan. Biasa disebut tupo. Sesuai dengan pasal 1 poin no5 sebagaimana berbunyi komisi atas penjualan adalah imbalan yang diberikan perusahaan kepada mitra usaha yang besarnya berdasarkan hasil kerja nyata, sesuai volume atau nilai penjualan barang dan/atau jasa, baik secara pribadi maupun jaringannya.

c. Insentif

Bonus yang berupa insentif seperti *cash award* mulai dari level Director, car reward, trip ke Director Seminar, Gold Conference, Diamond Conference, dan Executive Conference juga didapat ketika Oriflamers bisa mencapai atau melebihi target yang diberikan oleh Oriflame Indonesia. Contoh : Maki mencapai level Diamond di C8 2013 lalu, artinya kami mencapai target dari Oriflame Indonesia untuk mempunyai 6 kaki 21% (bisa lebih), kami mendapat *cash award* 42 juta rupiah, sebuah mobil Honda

All New CRV di bulan Oktober 2013 dan trip ke Diamond Conference di Cape Town Januari 2014 lalu. Sesuai dengan pasal 1 poin no 6 yang berbunyi bonus atas penjualan adalah tambahan imbalan yang diberikan perusahaan kepada mitra usaha, karena berhasil melebihi penjualan barang dan/atau jasa yang ditetapkan perusahaan.

Pada bagian belakang katalog Oriflame, terdapat informasi pengembalian produk jika konsumen tidak puas. Terdapat informasi alamat kantor Oriflame, dan juga informasi bahwa Oriflame dengan bangga menjadi anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Untuk menjadi anggota APLI, perusahaan MLM harus sudah memiliki SIUPL. Tanpa SIUPL perusahaan MLM adalah ilegal. Kode etik dan kebijakan untuk member Oriflame bisa dilihat di buku panduan Success Plan Leader Edition. Sesuai dengan pasal 1 poin 10 dan pasal 2.

10. Analisis Bisnis Multi Level Marketing Menurut Fatwa DSN-MUI

Secara kenyataan, perusahaan MLM kali ini telah banyak berkembang baik secara luar negeri ataupun dalam negeri. Di Indonesia sendiri perusahaan bisnis yang menggunakan sistem MLM ini telah menyatakan secara gamblang terkait bisnis nya yang telah

sesuai dengan syariat islam serta mendapatkan sertifikat halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

DSN MUI telah menjelaskan terkait penjualan langsung berjenjang ini pada fatwa no 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, fatwa tersebut memberikan penjelasan terkait cara penjualan barang atau jasa yang melalui jaringan pemasar (networking marketing) yang dilakukan perorangan ataupun badan usaha dengan sejumlah orang secara berturut.

Dasar hukum dari *Multi Level Marketing* ini adalah mubah, dilihat dari kaidah Fiqh islam dalam kitab *al-buyu'* yang memberikan kesempatan luas dalam perkembangan jual beli. Bisnis *Multi Level Marketing* bebas dari unsur-unsur riba, gharar, dhahar, jahalah, dan zhulm serta pada fokus utama dalam berbisnis secara syariah adalah produk yang telah terjamin kehalalannya.

a. Akad Bisnis Multi Level Marketing

Sebagaimana yang telah ditentukan oleh fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terkait ketentuan akad. Perusahaan *multi level marketing* memberlakukan akad *Murabahah*, Akad *Wakalah Bil Ujrah*, akad *Ju'alah*, akad *Ijarah*.

Berlakunya akad *Murabahah* yang dilakukan antara perusahaan dengan anggota dalam hal jual beli. Beberapa rukun serta syarat akad *murabahah*, pada *rukun* akad *murabahah* terdapat

pelaku akad yakni penjual dan pembeli, objek akad (barang yang akan dijual belikan) serta sighat (ijab qabul). *Syarat-syarat* yang harus dipenuhi dalam akad *murabahah* yaitu,

- 1) Jual beli *murabahah* dilakukan atas barang yang telah dimiliki, dalam artian keuntungan serta resiko ada pada penjual sebagai konsekuensi atas kepemilikan yang timbul akibat dari akad yang sah.
- 2) Mengetahui harga pokok (harga beli) disyaratkan bahwa harga beli harus diketahui oleh pembeli kedua.
- 3) Terdapat kejelasan keuntungan yang didapatkan oleh penjual kedua dengan menyebutkan nominal ataupun presentase dari harga beli.
- 4) Sistem *murabahah*, penjual dapat menetapkan syarat kepada pembeli agar dapat menjamin kerusakan yang tidak tampak pada barang tersebut, akan tetapi lebih baiknya hal ini tidak ditetapkan dikarenakan barang yang sebelum dijual belikan merupakan kewajiban penjual untuk melakukan pengawasan terlebih dahulu.

Kedua, berlakunya akad *wakalah bil ujrah* antara perusahaan dengan anggota dalam menjualkan barang berdasarkan ketentuan berikut, terdapat *muwakil* (perusahaan), *wakil* (anggota), serta objek yang akan dijualkan. *Wakalah bil ujrah* merupakan akad dari salah satu pihak yang menyerahkan suatu kekuasaan kepada pihak

lain agar dapat menyelenggarakan suatu urusan dan orang tersebut akan mendapatkan imbalan (fee).

Ketiga, akad *Ju'alah* secara bahasa merupakan sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena sesuatu yang dikerjakannya, sedangkan secara syariah dapat diartikan sebagai hadiah atau pemberian terhadap seseorang dalam jumlah tertentu atas perbuatan khusus.⁷⁴ Pada akad ini DSN MUI menggunakan dasar hukum pada :

1. Firman Allah SWT Qs. Yusuf ayat 72

قَالُوا نَفَقْدُ صُورَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

“Mereka menjawab, kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta, dan aku jamin itu”⁷⁵

2. Hadis Nabi SAW

مَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا دَامَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ
(رواه مسلم)

⁷⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 188.

⁷⁵ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 338.

“Barang siapa melepaskan dari seorang musim suatu kesulitan di dunia, Allah akan melepaskan kesulitan darinya pada hari kiamat, dan Allah seantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya” (HR. Muslim dari Abu Hurairah)

Keempat, akad ijarah merupakan pengambilan manfaat tenaga dengan memberikan ganti atas tenaga yang tergantikan menurut syarat-syarat tertentu. Dasar yang digunakan pada DSN MUI diantaranya,

a. Firman Allah SWT, Qs. Al-Qashash (28) ayat 25

فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ ۖ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ
مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ لَا وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقَصَصَ لَا قَالَ لَا تَخَفْ ۖ نَجَوْتَ مِنَ
الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ

“Kemudian datanglah kepada Musa salah seorang dari kedua perempuan itu berjalan dengan malu-malu, dia berkata “Sesungguhnya ayahku mengundangmu untuk memberi balasan sebagai imbalan atas (kebaikan) mu memberi minum (ternak) kami.” Kami (Mus) mendatangi ayahnya dan dia menceritakan kepadanya kisah (mengenai dirinya), dia berkata, “janganlah engkau takut! Engkau telah selamat dari orang-orang yang zalim itu.”⁷⁶

b. Hadis riwayat ‘Abd ar Razzaq dari Abu Hurayrah dan Abu Sa’id al-Khudriy

⁷⁶ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI, 2019), 559.

مَنْ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَلْيُعْلَمْهُ أَجْرُهُ

“Barang siapa mempekerjakan, beritahukanlah upahnya.”

Perjanjian sewa menyewa memiliki kekuatan hukum, unsur terpenting yang wajib diperhatikan yakni kedua belah pihak diwajibkan cakap dalam bertindak hukum (dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk). Menurut Hanifah, rukun ijarah hanya ijab qabul antara penyewa dengan orang yang menyewakan.

b. Mekanisme Multi Level Marketing

Terdapat dua aspek dalam penilaian terhadap bisnis *multi level marketing* yang telah sesuai dengan syari’ah atau belum sesuai, yakni pada aspek produk atau jasa yang dijual, serta pada sistem MLM sendiri.⁷⁷

a. Aspek produk atau jasa yang dijual

Objek yang dimiliki MLM haruslah berasal dari produk-produk yang halal serta terdapat kejelasan dari produk, bukan produk yang telah dilarang oleh agama. Selain dari segi halal, objek yang akan dijualkan diharuskan memiliki manfaat serta dapat diserahterimakan dan adanya kejelasan harga. Jika objek yang dimiliki perusahaan tidak adanya kejelasan bentuk, harga serta manfaat maka objek tersebut tidak sah untuk diperjual belikan.

⁷⁷ Luqman Nurhisam, “Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)”, Tawasun : Journal Of Sharia Economic Law, Vol 2 No 2 (2019), 187
<http://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v2i2.6281>.

Produk-produk eksklusif oriflame telah menjalani proses uji pada Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) divisi produk kosmetik dan telah mengeluarkan nomor izin. Pada tahun 2022, perusahaan oriflame akhirnya resmi memperoleh halal dari Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia untuk setiap produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan oriflame.

Ada 5 hal yang harus dipenuhi oriflame untuk menjadi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, yakni :⁷⁸

1. Hanya menjual produk kosmetik dan makanan yang tersertifikasi halal dan terdaftar di BPOM

Pada pembuatan produk, semua produk kosmetik serta makanan oriflame yang telah dipasarkan di Indonesia harus menggunakan formula atau bahan yang halal dan telah mendapatkan sertifikasi produk halal dari BPJPH

2. Distribusi sentral dan nasional bersertifikat halal dari BPJPH

Perusahaan oriflame telah memiliki 11 sertifikat halal pada lokasi manufaktur termasuk pembaharuan 22 sertifikat dengan grade A dan 10 sertifikat logistik termasuk 2 pabrik lokal

3. Menerapkan model bisnis syariah dengan PLBS

⁷⁸ Oriflame, *Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Oriflame Indonesia*, <https://id.oriflame.com/press/press-releases/oriflame-syariah> diakses pada tanggal 26 Januari 2023

Tetap menjaga adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan, dalam hal ini terdiri dari produk-produk kosmetika dan makanan. Kegiatan jual beli dapat dilakukan seadil-adilnya, sehingga tidak hanya berorientasi pada keuntungan perusahaan maupun kelompok tertentu. Hal ini dapat mencakup pada penjualan yang memiliki manfaat serta fungsi yang baik bagi konsumen.

4. Sistem perdagangan

Transaksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (judi), riba, dhahar (menimbulkan kerugian), dzulm (sewenang-wenang), serta maksiat. Komisi yang diberikan kepada member oleh perusahaan besaran maupun bentuknya didasarkan pada presentasi kerja yang terkait langsung dengan nilai hasil penjualan produk.

5. Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan yang digunakan oleh perusahaan oriflame haruslah memenuhi prinsip syariah yang dalam proses menghimpun dan menyalurkannya menggunakan prinsip serta akad syariah.

b. Sistem dari MLM itu sendiri

Bisnis *Multi Level Marketing* yang telah mengikuti ketentuan Fatwa dengan bisnis *Multi Level Marketing* yang masih belum

mengikuti fatwa DSN MUI mengalami perbedaan yang signifikan, hanya saja dapat dilihat dari kriteria-kriteria yang telah terpenuhi dalam menjalankan usahanya, yakni :

- a. Sistem distribusi pendapatan dilakukan secara profesional serta seimbang, tidak adanya eksploitasi oleh sesama pihak
 - b. Apresiasi distributor yang diharuskan sesuai dengan prinsip syariat Islam
 - c. Penetapan harga dalam mencari keuntungan (komisi serta bonus) yang diberikan kepada anggota bisnis
 - d. Jenis produk yang ditawarkan harus produk yang benar-benar akan menjamin halal.
- c. Sistem Reward Bisnis Multi Level Marketing Oriflame

Penerapan dalam pemberian *reward* atau bonus kepada setiap anggota disetiap bulannya merupakan mekanisme kerja yang ada pada bisnis multi level marketing oriflame. Setiap anggota berhak untuk mendapatkan hasil tersebut dengan mengumpulkan sejumlah poin yang telah ditentukan pada setiap jenjangnya. Pada pembagian *reward* atau bonus ini, oriflame menerapkan sistem tutup poin serta hangus poin. Pada fatwa DSN-MUI no 75/DSN-MUI/VII/2009 disebutkan bahwa komisi merupakan imbalan yang diberi oleh perusahaan kepada mitra bisnisnya atau penjualan, yang besarnya diperhitungkan atas dasar prestasi kerja nyata yang terkait dengan

hasil penjualan barang dan atau produk jasa.⁷⁹ Sedangkan bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

Pada paparan diatas dijelaskan mengenai sistem bonus dan komisi pada bisnis oriflame, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sistem pembagian bonus bagi anggota yang berhasil mencapai point yang telah ditentukan perusahaan melalui penjualan produk serta dapat melakukan perekrutan anggota baru maka anggota berhak menerima komisi dari perusahaan
2. Bonus yang akan dibagikan berdasarkan point yang telah diperoleh pada setiap bulannya, akan tetapi jika diakhir bulan point tidak dapat mencukupi untuk mendapatkan bonus maka point tersebut tidak dapat diambil dan hangus.
3. Jumlah downline yang dimiliki juga menjadi penentu banyaknya bonus tambahan.⁸⁰

Berdasarkan ketentuan fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) telah disebutkan sebagai berikut :

1. Imbalan *Ju'alah* harus ditentukan besarnya oleh *ja'il* (pihak yang memberikan imbalan) serta diketahui para pihak di saat akad

⁷⁹ Fatwa DSN-MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

⁸⁰ Zahro, Wawancara (Malang, 02 Desember 2022)

2. Tidak boleh ada syarat imbalan diberikan dimuka sebelum pelaksanaan objek *ju'alah*
3. Imbalan *ju'alah* hanya dapat diterima oleh pihak *ma'jul* apabila hasil dari pekerjaannya telah terpenuhi
4. Pihak *ja'il* harus memenuhi imbalan yang dijanjikan kepada pihak *ma'jul* jika telah menyelesaikan pekerjaan yang ditawarkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Mekanisme bisnis yang dijalankan oleh PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame tidaklah mudah. Seorang yang ingin bergabung dengan perusahaan ini hanya perlu mengisi data diri agar dapat memperoleh kunci untuk mengakses aplikasi yang telah dimiliki perusahaan dan untuk selanjutnya member baru akan dikenakan biaya pendaftaran sejumlah Rp 49.900 yang akan digantikan dengan sebuah buku katalog. Pembayaran biaya pendaftaran ini tidak perlu dibayarkan diawal pendaftaran akan tetapi dibayar ketika member memperoleh konsumen atau pembeli produk pertamanya. Dalam perolehan reward, member akan mendapatkan reward jika telah memenuhi poin yang telah ditentukan oleh perusahaan. Dari perolehan poin inilah, seorang member akan mengetahui jenjang karir yang akan didapatkannya.
2. Berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) serta Permendag No 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung, dapat disimpulkan bahwa PT. Orindo Alam Ayu atau Oriflame telah menunjukkan bahwa perusahaan penjualan langsung (direct

selling) dan MLM yang LEGAL, yang punya kredibilitas. Yang layak untuk masyarakat bergabung menjadi mitra bisnis atau membernya.

B. Saran

Dalam penulisan skripsi ini, penulis dapat menyampaikan saran-saran terkait dengan judul pembahasan ini. Pemberian saran ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis terkhususnya serta memberikan manfaat bagi pembaca. Adapun saran-saran sebagai berikut :

1. Masyarakat diharapkan agar lebih selektif kembali dalam memilih ataupun bergabung dengan suatu bisnis MLM, agar tidak sampai terjebak didalam bisnis yang berkedok MLM akan tetapi mengandung unsur *money game*, perjudian, arisan berantai, serta bisnis yang menggunakan sistem skema piramida.
2. Melalui ketentuan fatwa yang telah ditetapkan oleh DSN MUI No 75/DSN-MUI/VII/2009 serta Permendag No 32/M-DAG/PER/8/2008 dapat diharapkan kepada perusahaan MLM agar dapat menjalankan bisnis sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, P. *Fatwa-Fatwa Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. (2018).
- Agus Marimin, A. H. *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol 2 No 2.* (2016).
- Ali, M.D. *Asas-Asas Hukum Islam : Pengantar Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia.* Jakarta : Rajawali. (1991)
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Halal dan Haram Dalam Islam (Terjemahan Muammal Hamidy).* Surabaya : Bina Ilmu (1993)
- Ahmad Mardalis, N. H. *Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam. Faah : Jurnal Ekonomi Syariah Volume 1 No 1.* (2016).
- Ahmad, I. *Musnad Ahmad No hadis 3494 Juz 8*
- Al-Asqalani, Al-Hafizh Ibnu Hajar, Fahmi Aziz, Rohidin Wahid, Achmad Zirzis. *Bulughul Maram dan Penjelasannya.* Jakarta : Pustaka Al-Kautsar. (2015)
- Aniq, M.A. *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.* Electronic Theses, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. 2020.
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/10875/>
- Al-Zarqa, M. A. *al-Madkhal al-Fiqh al-A'm.* Beirut: Dar al-Qalam. (1998).
- Azzam, A. A. M. *Fiqh Muamalat.* Jakarta: Amzah. (2010).
- Basyir, A. A. *Asas-Asas Hukum Muamalat.* Yogyakarta: UII Press. (1982).

- Bungin, B. *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri. (2017).
- Cholid Narbuko, A. A. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara. (2013).
- Choiriyah, Siti. *Mu'amalah Jual Beli dan Selain Jual Beli (Pendalaman Materi Fiqh Untuk Guru Madrasah Tsanawiyah*. Surakarta : Centre For Developing Academic Quality (CDAQ). (2009)
- Fahmi, A. *Hukum Persaingan Usaha Antara Teks dan Kontes*. Jakarta: GTZ. (2009).
- Ghazalu, A.R, Ghufroon Ihsan, Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Prenadamedia Group. (2018)
- Gemala Dewi, W. Y. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana. (2007).
- Harefa, a. *Multi Level Marketing : Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. (1999).
- Hariman Surya Siregar, K. K. *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. (2019).
- Hasan, A. F. *Fiqh Muamalah : Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: UIN Maliki Press. (2018).
- James L, Gibson, John M. Ivancevich, James H. Donnelly, dan Ahli Bahasa Nunur Adiarni. *Organisasi : Perilaku, Struktur, Proses, Jilid 1*. Jakarta : Binarupa Aksara. (1996).

Kisata, P. *Why Not MLM - sisi lain MLM*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. (2010).

Kuswara. *Mengenal MLM Syariah Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. Depok: Qultum Media. (2005).

Masse, R. A. *Fiqh Ekonomi dan Keuangan Syariah : Antara Realitas dan Konstektual*. Yogyakarta: TrustMedia Publishing. (2015).

Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. (2015).

Mufidah, A.N. *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) K-Link Menurut Islam*. Undergraduate Thesis , Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012. <http://etheses.uin-malang.ac.id/1314/>

Munawaroh, K. *Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Markeing Ditinjau Dari Fiqih Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Upline MLM Oriflame)*. UIN SATU Tulungagung, Institutional Repository. 2020. <http://repo.uinsatu.ac.id/14726/>

Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqh Muamalat*. Jakarta : Amzah. (2017)

Natalya, C. *Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Nestor Tanjungpura Journal Of Law (2019) <https://jurnal.untan.ac.id/indx.php/nestor/article/view/39581/0>

Nawawi, I. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia. (2017).

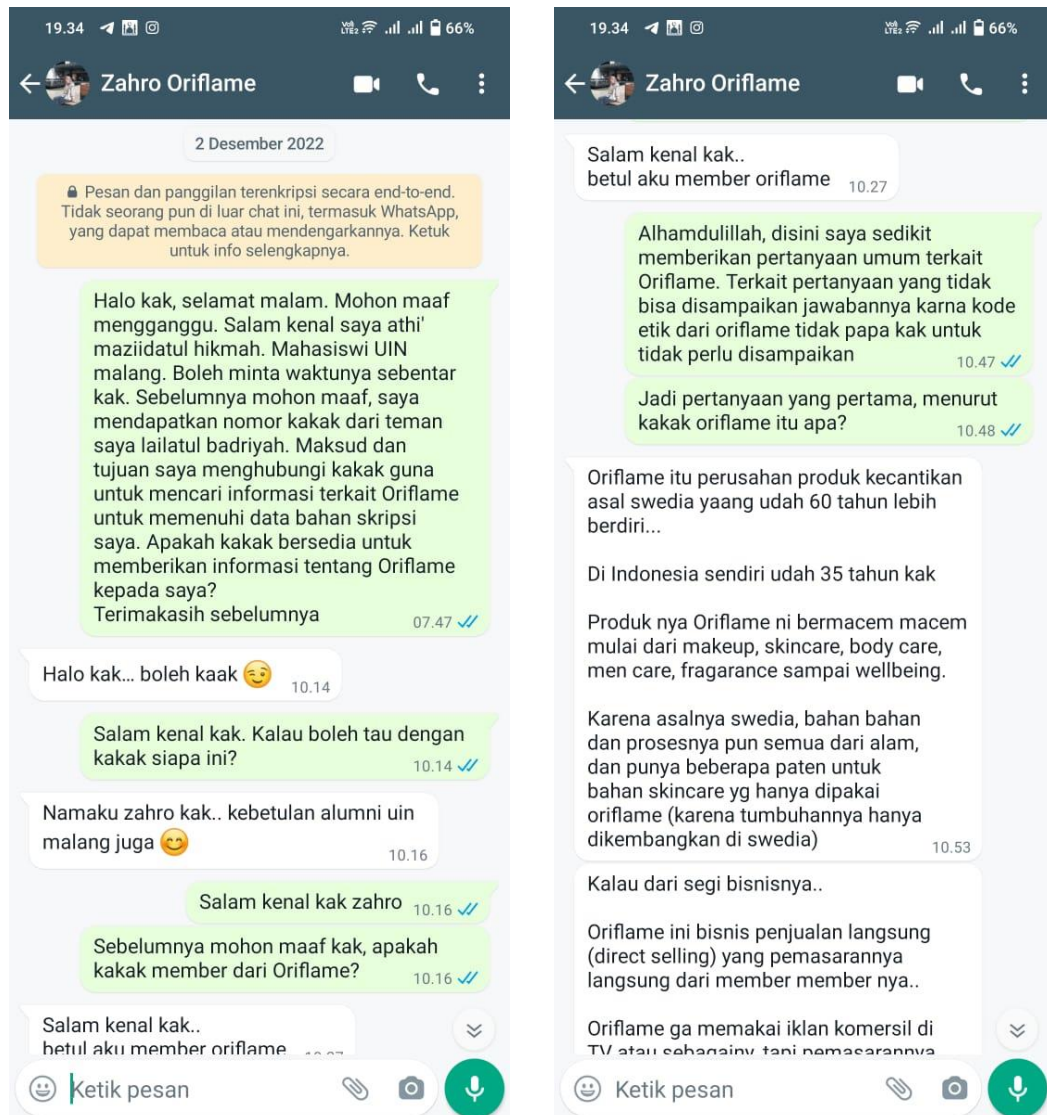
Nurhisam, L. *Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan*

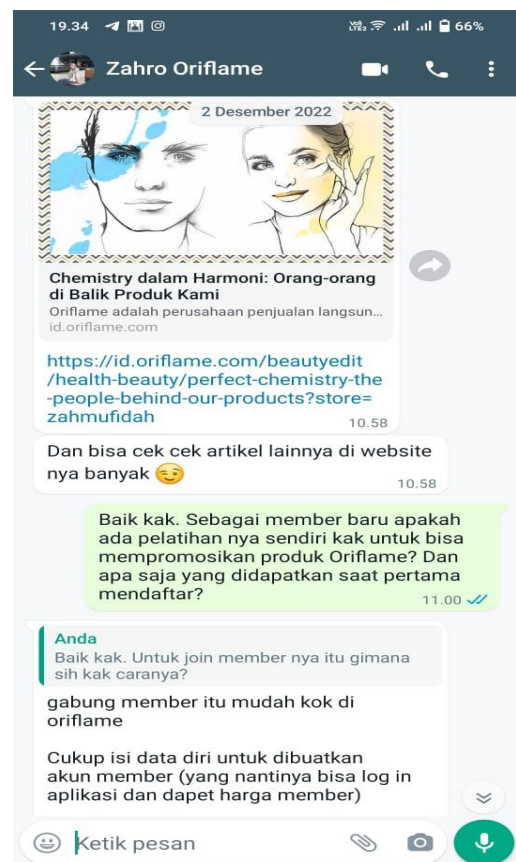
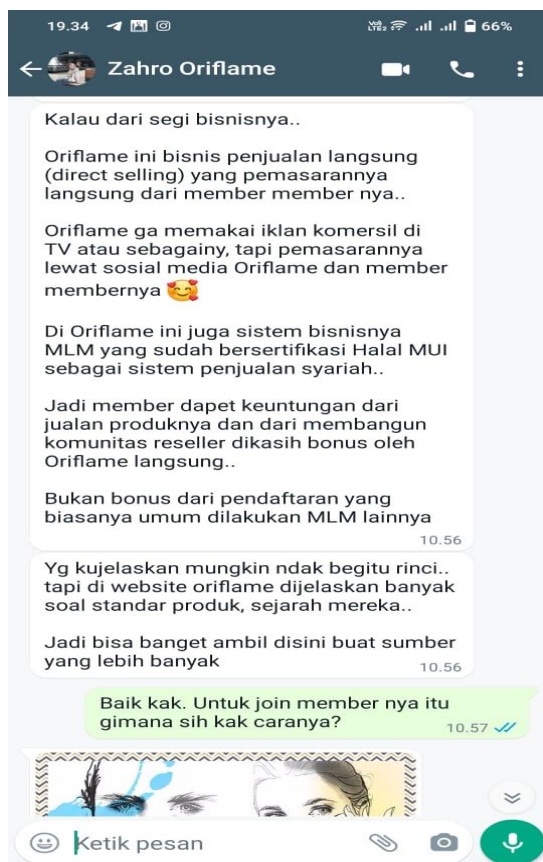
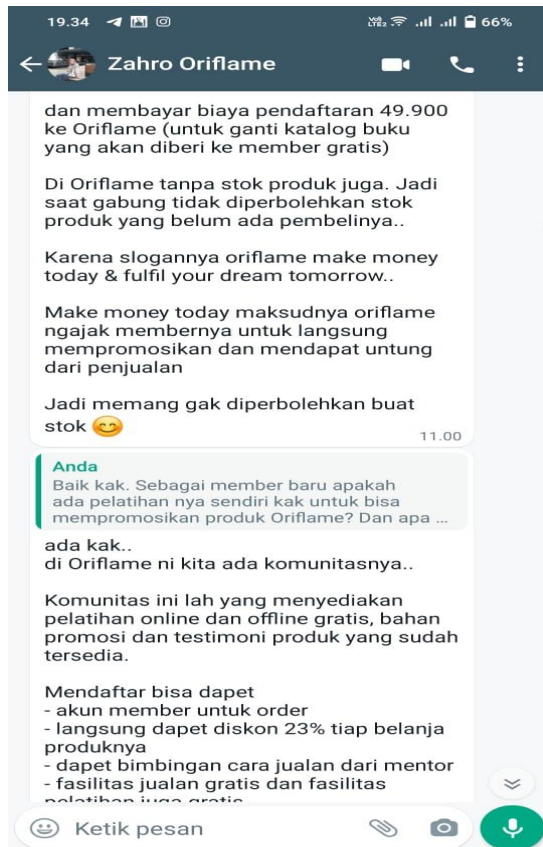
- Langsung Berjenjang Syariah*. Tawasun : Journal Of Sharia Economic Law (2019): 183-194 <http://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v2i2.6281>
- Oriflame. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Oriflame Indonesia. Diakses 26 Januari 2023. <https://id.oriflame.com/press/press-releases/oriflame-syariah>
- Pribadi, N.A.L. *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Syariah*. Institutional Repository, UIN SATU Tulungagung. (2017). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/4659/>
- Santoso, B. *All About MLM*. Yogyakarta: ANDI. (2003).
- Siregar, Hariman Surya, K. K. *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. (2019).
- Soemitro, R. H. *metode penelitian hukum dan jurimetri*. jakarta: ghalia indonesia. (1998).
- Suhendi, H. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Rajawali Press. (2011).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. (2005).
- Susanto, B. *Hukum KOntrak Syariah*. Yogyakarta: BPFE. (2009).
- Taimiyah, Ibnu. *Majmu' al-Fatawa*. Tahqiq Abdurrahman bin Muhammad bin Qasim. Madinah : Majma' al Malik Fadh li Thiba'ah al Mushaf asy-Syarif (1995).
- Tarigan, A. A. *Ekonomi dan Bank Syariah Pada Millenium Ketiga : Belajar Dari Pengalaman Sumatera Utara*. Medan: IAIN Press. (2002).

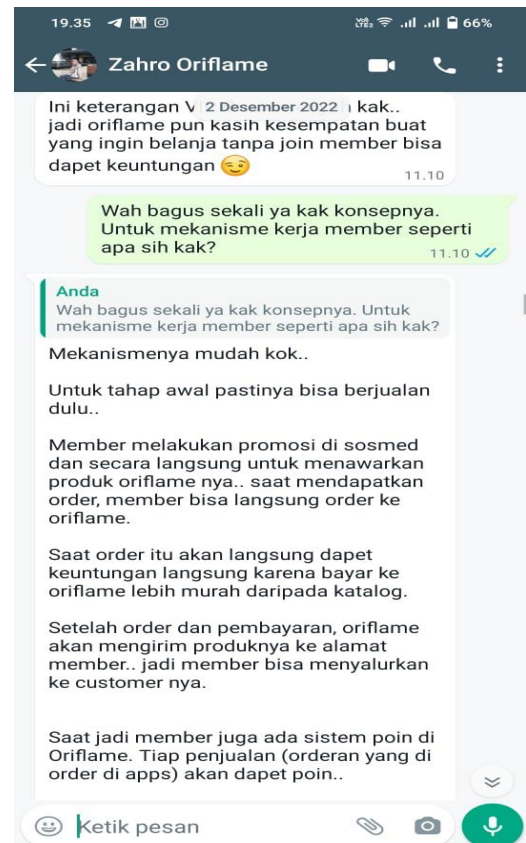
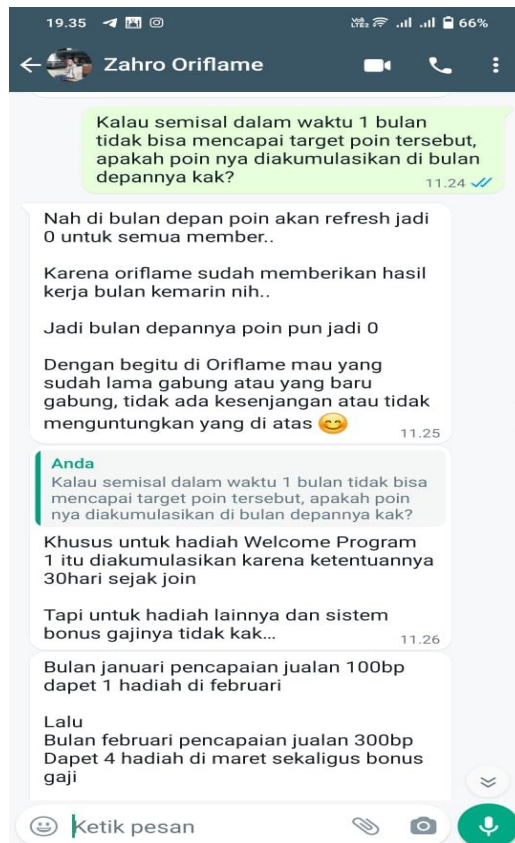
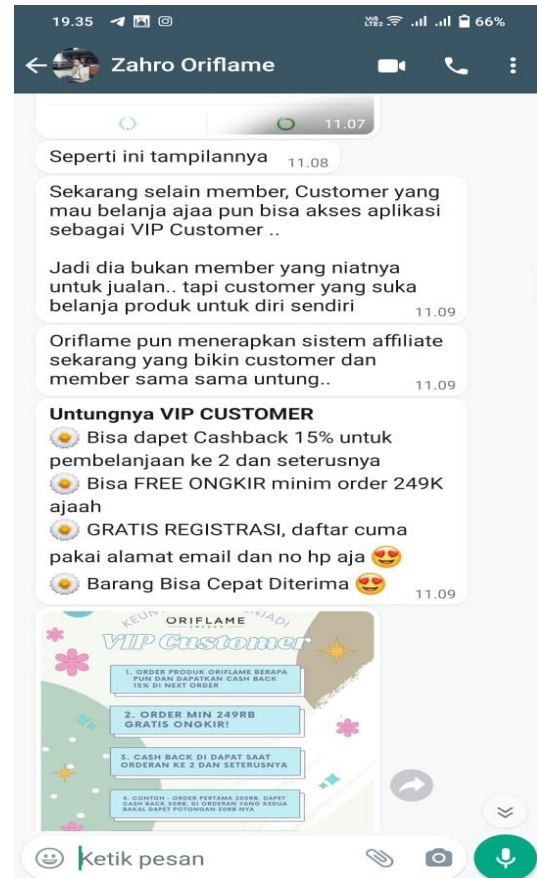
- Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI. (2019)
- Utomo, S. B. *Fiqih Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press. (2003).
- APLI. (2019, Oktober 2). *PT. Orindo Alam Ayu*. Diakses Agustus 15, 2021, <https://apli.or.id/detail-anggota/APLI-000071/pt-orindo-alam-ayu#gallery>
- Wahab, M. A. *Teori Akad Dalam Fiqih Muamalah*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing. (2019).
- Yansyah, Yudi. *Mimbar Dakwah Sesi 43 : Bila Amanah Telah Disia-siakan*, Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jawa Barat. Diakses 26 Januari 2023. <https://jabar.kemenag.go.id/portal/read/mimbar-dakwah-sesi-43-bila-amanah-telah-disiasiakan->
- Yuliana, K. *Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo Dalam Tinjauan Fatwa DSN-MUI*. Ponorogo : IAIN Ponorogo (2017). <http://etheses.iainponorogo.ac.id/2566/>

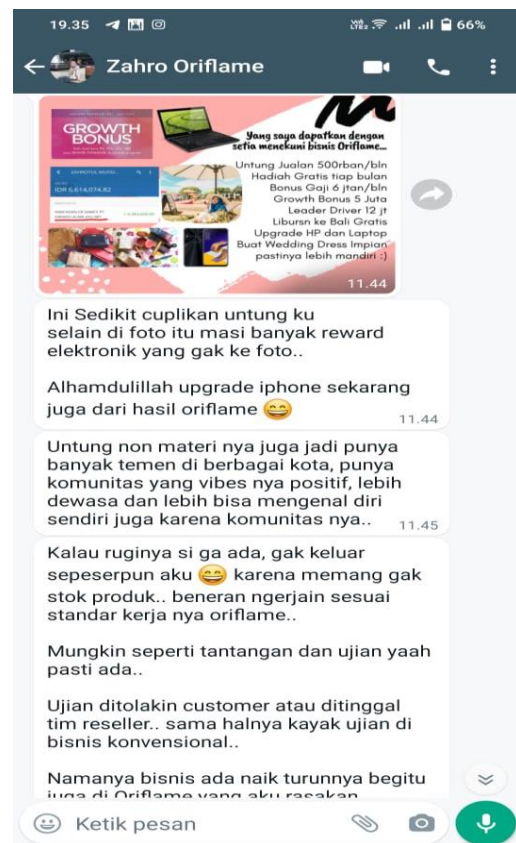
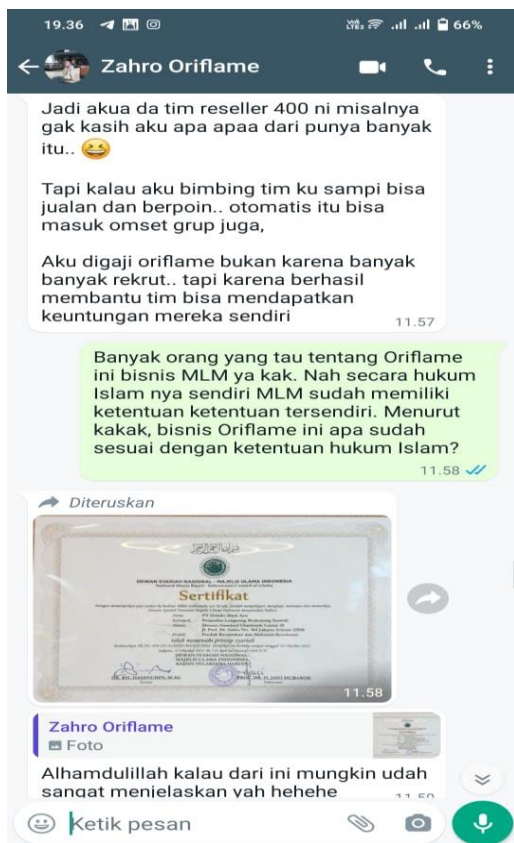
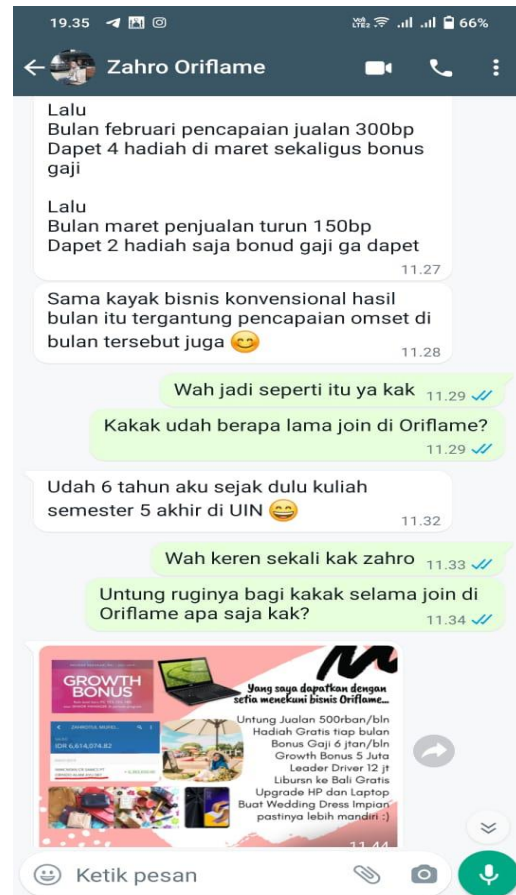
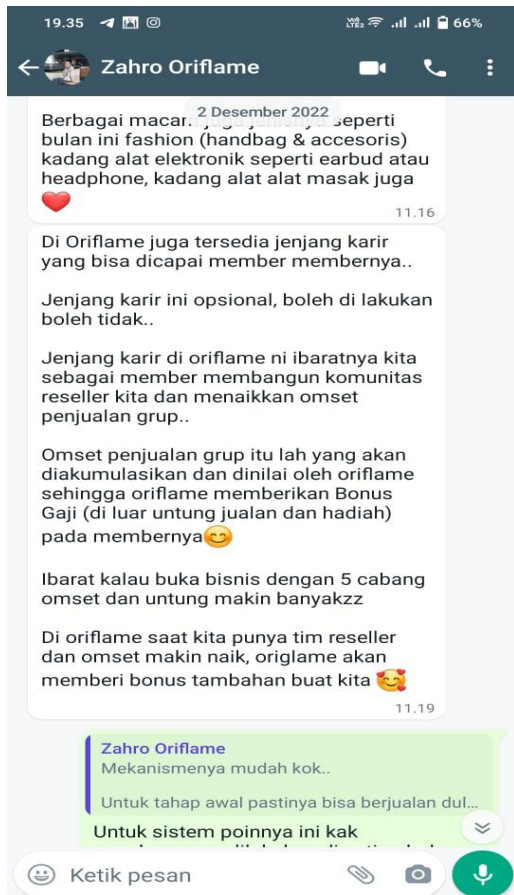
LAMPIRAN

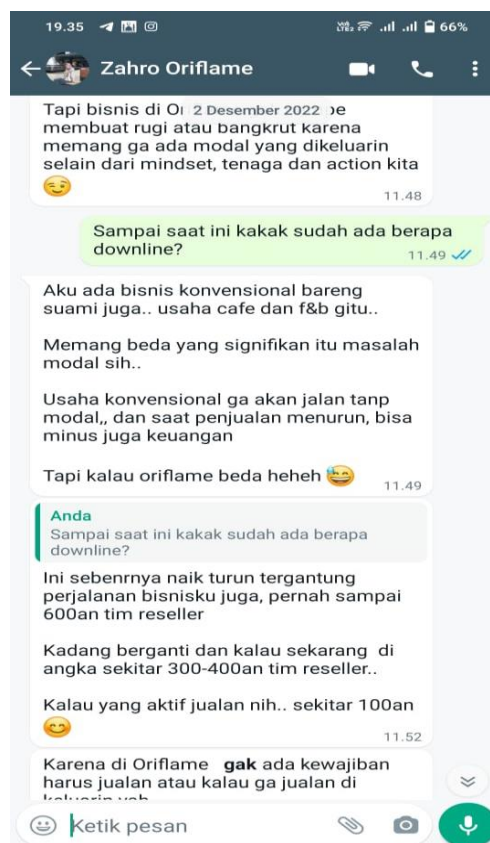
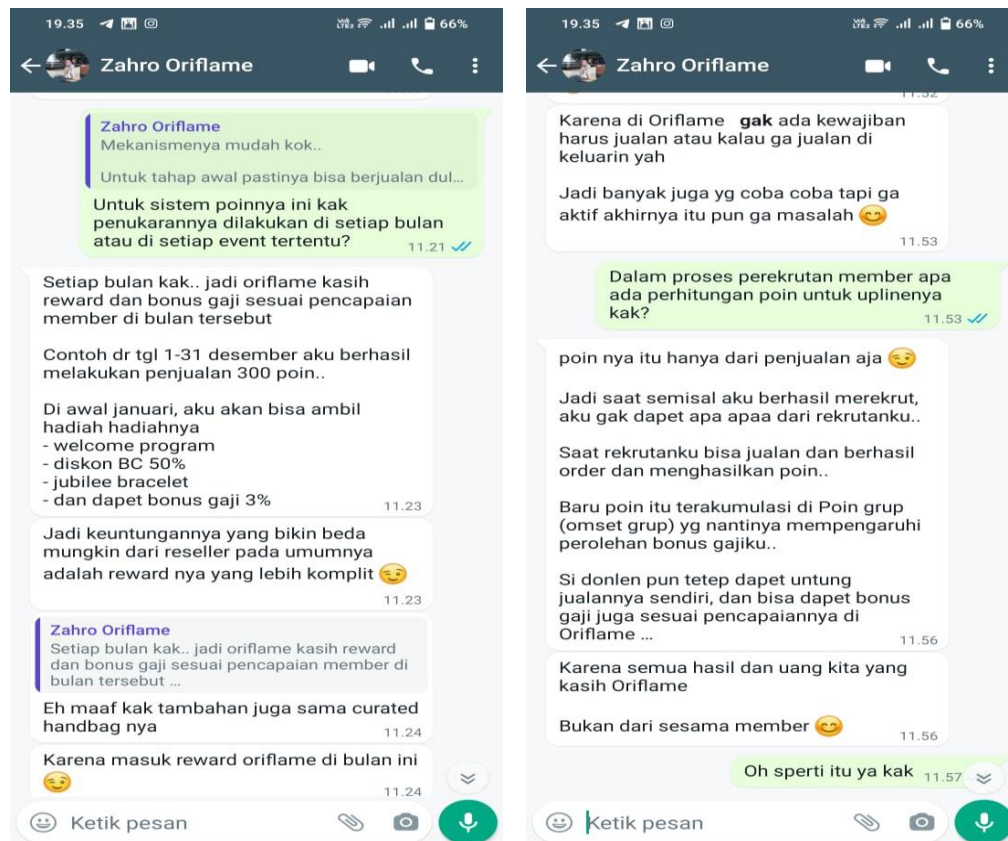
1. Bukti Percakapan Antar Member 1



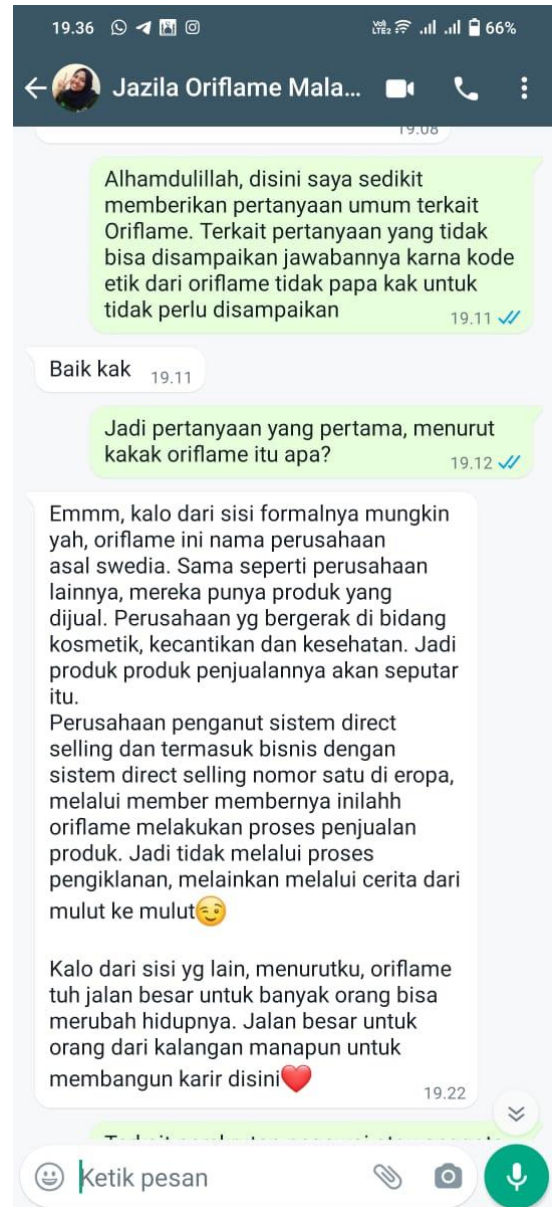
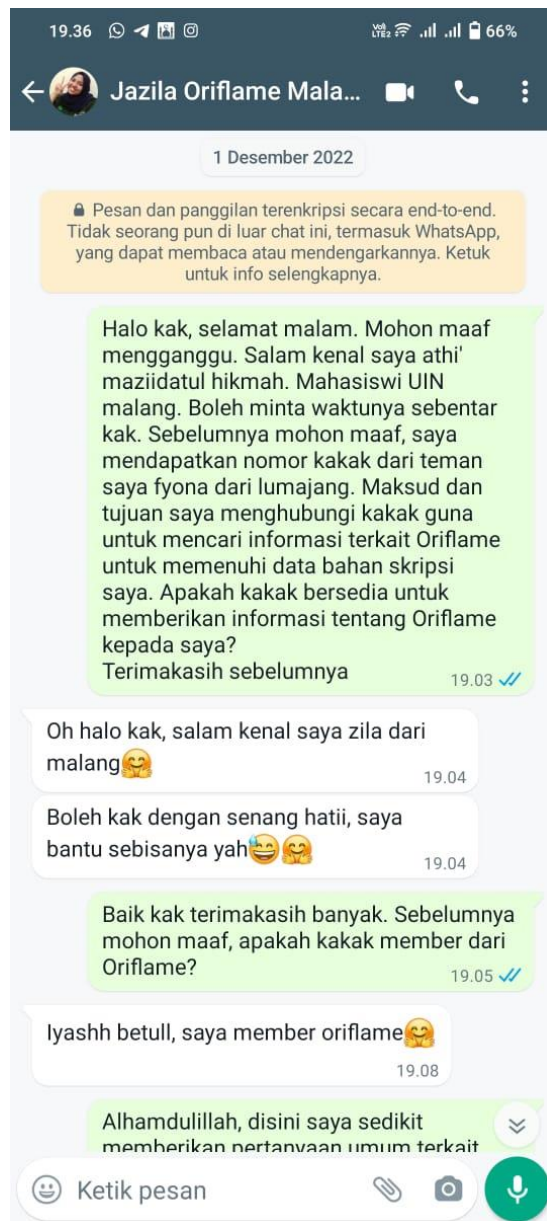


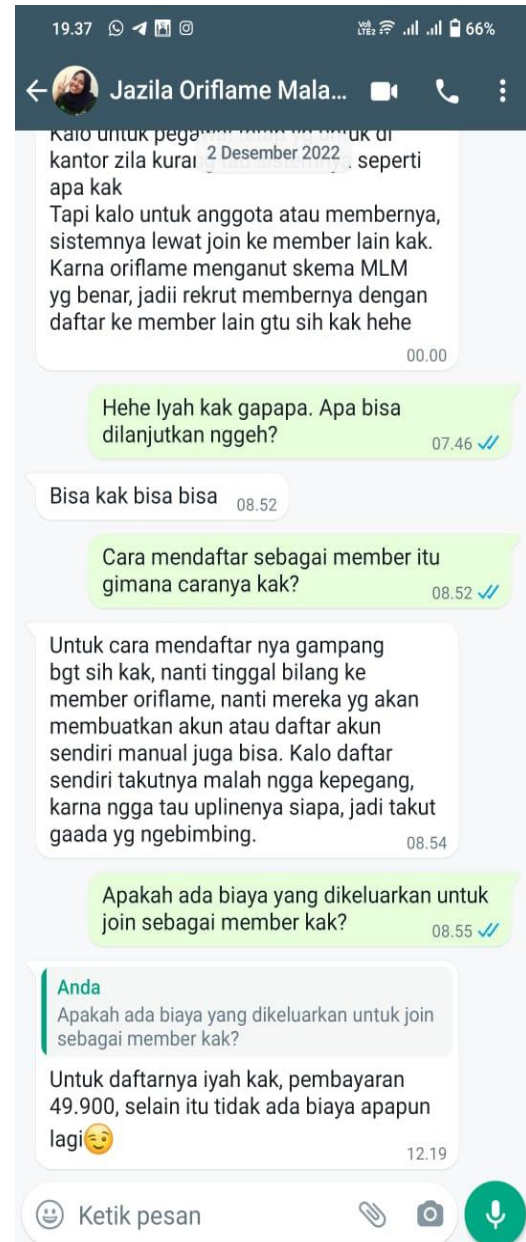
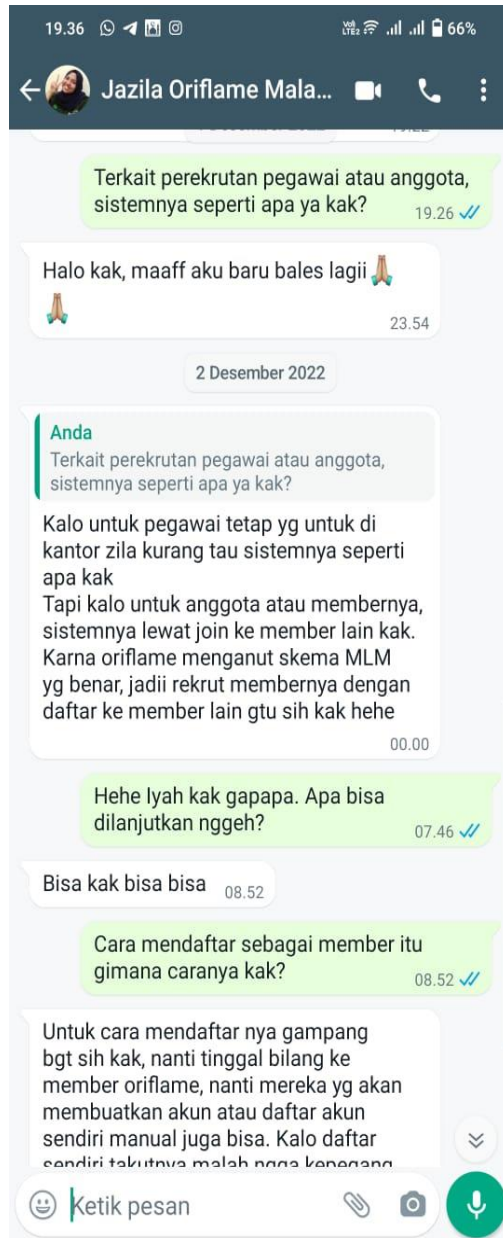






2. Bukti Percakapan Member 2





3. Bukti Sertifikat Halal MUI



4. Bonus WP

ORIFLAME
SWEDEN

WELCOME PROGRAM

1 September – 31 Desember 2022

Belanja senilai 100 poin di bulan pertama sejak bergabung, dapatkan hadiah Welcome Program yaitu 1 buah produk Oriflame senilai maksimal Rp200.000,- secara GRATIS!

Anda juga dapat memilih produk dengan harga di atas nilai Welcome Program dan membayar selisihnya.

ORIFLAME
SWEDEN

BISA SAVING & TETAP SHOPPING!

GRATIS satu paper bag cantik!

Belanja 125 poin, kamu bisa dapat potongan harga 50% untuk 1 produk dari Beauty Guide bulan berikutnya!

1 JANUARI – 31 DESEMBER 2022

Untuk syarat & ketentuan silakan lihat di banner berikutnya →

**KAPAN LAGI
PUNYA GELANG
CANTIK EDISI
SPECIAL
ORIFLAME?**

1-31 DESEMBER 2022



146113
Jubilee
Charm
Bracelet

ORIFLAME
SWEDEN

ORIFLAME
SWEDEN

**BISA UNTUNG &
MAKIN STYLISH**

**YUK, NIKMATIN SERUNYA JADI
BRAND PARTNER ORIFLAME!**

Dapetin hadiah
Curated Handbag
yang modis ini,
GRATIS! Caranya
gampang kok,
bestie...



45241
Curated Handbag

ORIFLAME EXKLUSIV
STOCKHOLM

5. Dokumentasi Member Oriflame “Laila”



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Athi' Maziidatul Hikmah
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir	: Lumajang, 18 Mei 2000
Agama	: Islam
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Fakultas / Jurusan	: Syariah / Hukum Ekonomi Syariah
Alamat di Malang	: Jalan Joyosuko 3 No 9, Merjosari – Lowokwaru, Kota Malang
Alamat Rumah	: Jalan Cempaka No 9 Gang 1 RT 01 RW 14, Bagusari – Jogotrunan, Lumajang
Nomor Handphone	: 0858-0404-2506
E-mail	: ziidamaziida21@gmail.com
Riwayat Pendidikan	: - SDN Jogotrunan 01 Lumajang 2006 – 2012 - MTsN Lumajang 2012 – 2015 - MAN Lumajang 2015 -2018 - S1 UIN 2018 – 2022