

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang mempunyai dua aspek yang tidak dapat dipisahkan dari yang lainnya. Aspek yang satu sebagai manusia individual, dan aspek yang satunya sebagai manusia yang tidak bisa dipisahkan dengan manusia yang lainnya.¹

Dewasa ini, pertumbuhan ekonomi berkembang sangat pesat dan melahirkan berbagai macam bentuk kerjasama bisnis. Dengan adanya kerjasama bisnis yang semakin beraneka ragam ini, tentu saja melahirkan banyak tantangan dan masalah baru, karena itu hukum harus siap untuk dapat mengantisipasi setiap perkembangan yang muncul.² Entah itu dari segi hukum positif, maupun dari segi hukum Islamnya.

Pada dasarnya semua bentuk kegiatan bisnis menurut syariat hukum Islam itu sah dan boleh dilakukan. Hal ini sesuai dengan kaidah:

أَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَالْمَعَامَلَاتِ الصَّحَّةُ حَتَّى يَفْضُومَ دَلِيلٌ عَلَى الْبُطْلَانِ وَالْتَحْرِيمِ

“Pada dasarnya semua akad muamalah hukumnya sah sehingga ada dalil yang membatalkan dan mengharamkannya”³

¹ Johannes Ibrahim, Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: Refika Aditama, 2004), 1.

² *Ibid.*, 26

³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2015), 614.

Kaidah tersebut bersumber dari hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Anas dan Aisyah ra. Bahwa Rasulullah SAW bersabda:

أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِأَمْرِ دُنْيَاكُمْ (رواه مسلم)

“Kamu sekalian lebih tahu tentang urusan duniamu.”⁴ (HR. Muslim)

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu dinamis dan cepat. Berdasarkan hadis dan kaidah diatas terlihat bahwa Islam memberikan jalan dan mempermudah manusia untuk melakukan berbagai inovasi, entah melalui sistem, teknik, dan mediasi dalam melakukan perdagangan.⁵

Sedangkan bisnis itu merupakan suatu kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau perusahaan (badan usaha) secara terus menerus, seperti misalnya kegiatan mengadakan barang atau jasa ataupun fasilitas-fasilitas yang bisa untuk diperjualbelikan maupun disewakan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.⁶

Saat ini pola bisnis yang marak digunakan adalah bisnis dengan pola MLM (*Multi Level Marketing*). MLM (Multi Level Marketing) merupakan suatu konsep penyaluran barang (baik berupa produk barang maupun jasa) dimana memberikan kesempatan terhadap konsumennya untuk terlibat dalam kegiatan jual beli dan mendapatkan keuntungan di dalam garis kemitraannya.⁷

⁴ Muslim Bin Al Hajjaj Abul Hassan Al-Qushairi Al-Nisaburi, *Shahih Muslim*, (Beirut: Dar Ihya' Al-Tarat Al-'Arabi), 1836.

⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2015), 615.

⁶ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005), 29.

⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2015), 614.

Kemunculan tren pemasaran dengan menggunakan sistem MLM ini sangat menguntungkan banyak pihak, seperti pengusaha (baik itu produsen maupun pihak perusahaan MLM itu sendiri). Hal itu disebabkan karena adanya penghematan biaya dalam iklan. Pemasaran melalui sistem ini sangat membantu perusahaan dalam memasarkan produk, dimana produk tersebut masih belum dikenal banyak orang dalam waktu yang singkat tanpa harus mengeluarkan biaya iklan besar di media massa.⁸

Salah satu bisnis yang menggunakan sistem pemasaran yaitu bisnis *talk fusion*. Bisnis *Talk Fusion* yaitu bisnis yang bergerak di bidang teknologi berbasis video pemasaran yang merupakan perusahaan asal dari Amerika Serikat, dimana didalamnya ada banyak produk video pemasaran diantaranya video *conference*, video email, *fusionwall*, dan lain-lain. Mekanisme komisi atau gaji dari bisnis *talk fusion* ini akan langsung ditransfer ke dalam rekening *Global Cash* dalam waktu 3 menit sejak terjadi penjualan produk dan berhasil merekrut seseorang untuk ikut bergabung ke dalam bisnis *talk fusion* ini. Sedangkan mekanisme dari pemberian bonus adalah ketika seorang *associate* berhasil mencapai level tertentu, maka *associate* tersebut berhak mendapatkan bonus yang dijanjikan perusahaan.⁹

Maka dari itulah, peneliti merasa tertarik dengan bisnis *talk fusion* ini. Disamping bisnis ini tergolong baru didengar oleh peneliti, bisnis ini juga menjualkan produk yang tidak biasa dilakukan oleh kebanyakan member-

⁸ *Ibid.*, 614

⁹ *Talkfusion.weebly.com*, diakses pada tanggal 11 Februari 2019 pukul 08.22

member MLM lainnya. Kalau member-member lain yang menggunakan sistem pemasaran MLM biasanya menjualkan suatu produk kecantikan atau kesehatan, di bisnis *talk fusion* ini menjualkan suatu produk aplikasi berbasis video. Dari sinilah peneliti lebih tertarik lagi, bagaimana mekanisme kerja atau praktek dalam bisnis *talk fusion* ini? Apakah sistem pemasaran MLM yang diterapkan oleh bisnis *talk fusion* ini sudah sesuai dengan Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI nya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mekanisme kerja dari bisnis *Talk fusion*?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis *Talk Fusion*?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaatnya

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui mekanisme dari bisnis *Talk fusion*
 - b. Untuk mengetahui Tinjauan Hukum Islam dan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis *Talk Fusion*.
2. Manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Peneliti berharap, dalam penelitian ini mampu membagikan informasi ilmu pengetahuan pada umumnya dan informasi mengenai bisnis *talk fusion* ini khususnya.
 - b. Peneliti berharap, dalam penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian yang telah penulis lakukan terhadap kepustakaan, maka penulis bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian lain, diantaranya:

1. Skripsi Kiki Yuliana yang berjudul “Operasionalisasi MLM Oriflame dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI” (Studi Kasus bisnis Oriflame di Ponorogo). Didalam skripsi ini membahas mengenai pembagian bonus harus dengan syarat yang tidak dijelaskan diawal akad, dan setiap nulan diharuskan untuk melakukan tupo (tutup point), apabila tidak tupo (tutup point), maka bonus akan hangus.¹⁰
2. Skripsi Lailatul Mubarakah yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem Bonus *Multi Level Marketing* (MLM) pada Bisnis Paytren” (Studi Kasus Pengguna dan Member PT. Veritra Sentosa Internasional pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dan member area Surabaya). Didalam skripsi ini membahas mengenai sistem pembagian bonus tanpa ada target dan tidak ada tutup poin.¹¹
3. Skripsi Ulfa Fadhilah Arafat yang berjudul “Analisis Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) terhadap Jual Beli Pulsa melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun. Di dalam skripsi lebih kepada membahas tentang apakah akad-akad dalam

¹⁰ Kiki Yuliana, *Operasionalisasi MLM Oriflame dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI*. (Studi Kasus bisnis Oriflame Di Ponorogo). Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017.

¹¹ Lailatul Mubarakah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bonus Multi Level Marketing (MLM) Pada Bisnis Paytren*. Skripsi Universitas Trunojoyo Madura.

bisnis tersebut sudah sesuai dengan yang ada di dalam Fatwa tersebut atau belum dan juga ditinjau dari pemberian komisi dan bonusnya juga apakah sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI tersebut atau belum.¹²

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca membaca dalam bahasan skripsi ini, berikut ini penulis paparkan secara garis besar sistematika pembahasan skripsi sebagai berikut:

BAB I (Pendahuluan): bab ini berisi pendahuluan sebagai pengantar skripsi ini secara keseluruhan. Yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II (Landasan Teori): berisi penjelasan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang bertujuan sebagai landasan pembahasan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan permasalahan bisnis *talk fusion* secara hukum Islam dan fatwa DSN MUI.

BAB III (Metode Penelitian): bab ini menjelaskan tentang metode-metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, bahan yang digunakan untuk menyusun sebuah skripsi meliputi jenis penelitian, obyek penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian): bab ini berisi hasil penelitian dan analisis terhadap apa yang sudah didapat dari penelitian.

¹² Ulfa Fadhilah Arafat, *Analisis Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Madiun*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo

BAB V (Penutup): berisi tentang kesimpulan yang meliputi kumpulan dari hasil penelitian dan diakhiri dengan saran-saran penulis