

ABSTRAK

Bisnis MLM (Multi Level Marketing) adalah metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan pemasaran *networks marketing* atau pola penjualan berjenjang. Dalam sistemnya setiap anggota berhak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk, perekrutan anggota dan pembinaan terhadap jaringannya. Pada tahun 2009 DSN-MUI mengeluarkan Fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS (Penjualan Laangsung Berjenjang syariah). Fatwa tersebut keluar sebagai pedoman agar perusahaan multi level marketing dapat menjalankan sistemnya dengan ketentuan syariah. Dari banyaknya MLM yang ada di Indonesia pastinya memiliki perbedaan di dalamnya baik operasional dan struktur bisnisnya maupun praktik dan strategi pemasaran yang ada didalamnya. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perbandingan kepatuhan syariah yang ada pada bisnis MLM Oriflame dan Tiens di Bangkalan, yaitu terkait praktik pemasaran serta sistem bonus yang diberikan Oriflame dan Tiens kepada para *membersnya*. Persoalan tersebut akan dianalisis dengan menggunakan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Data primer diperoleh melalui Wawancara dan Observasi kepada member Oriflame dan member Tiens di Bangkalan, sedangkan data sekunder diambil dari jurnal, website dan dokumen yang terkait dengan penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa praktik pemasaran yang dilakukan oleh *member* Oriflame Tiens serta Praktik sistem bonus yang diberikan kepada para *membersnya* sudah sesuai dan tidak bertentangan dengan kriteria yang telah ditentukan dalam Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009. Hal ini terlihat dalam mekanisme pembagian bonus berdasarkan hasil kerja para *member*, tidak ada eksploitas secara sepihak, perekrutan bertujuan untuk memperluas jaringan, adanya penjualan yang riil, adanya pembinaan, serta tidak terdapat kegiatan *money game* yang hanya menguntungkan member yang sudah lebih lama bergabung.

Kata Kunci: Multi level marketing, Oriflame, Tiens

ABSTRACT

MLM (Multi Level Marketing) business is a method of selling goods and services using network marketing or a tiered sales pattern. In the system, each member is entitled to profit from product sales, member recruitment and coaching of their network. In 2009 DSN-MUI issued Fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009 concerning PLBS (Sharia Tiered Direct Sales). This fatwa was issued as a guideline so that multi-level marketing companies can run their systems according to sharia provisions. Of the many MLMs in Indonesia, they certainly have differences in their operations and business structures as well as marketing practices and strategies in them. In this case, researchers are interested in researching further regarding the comparison of sharia compliance in the Oriflame and Tiens MLM businesses in Bangkalan, namely related to marketing practices and the bonus system that Oriflame and Tiens provide to their members. This issue will be analyzed using DSN-MUI Fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009.

This research uses a qualitative approach and field research type. Data collection techniques use interviews, observation and documentation. Primary data was obtained through interviews and observations with Oriflame members and Tiens members in Bangkalan, while secondary data was taken from journals, websites and documents related to research. The data analysis technique in this research was carried out by collecting data, reducing data, presenting data, and drawing conclusions.

Based on the research results, it can be concluded that the marketing practices carried out by Oriflame Tiens members and the bonus system practices given to its members are appropriate and do not conflict with the criteria specified in the DSN MUI Fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009. This can be seen in the mechanism for distributing bonuses based on the results of the members' work, there is no unilateral exploitation, recruitment aims to expand the network, there are real sales, there is coaching, and there are no money game activities that only benefit members who have joined longer.

Keywords: Multi level marketing, Oriflame, Tiens