

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di negara yang penduduknya mayoritas Islam, pergerakan ekonomi Syariah atau Bisnis Syariahnya mengalami kemajuan yang pesat termasuk di negara Indonesia.¹ Begitu juga asuransi Tafakul Syariah, Koperasi Syariah, BMT, dan Multi Level Marketing Syariah yang selanjutnya disingkat MLM syariah. Disamping dukungan yang baik dari pemerintah dan ditambah dengan sambutan umat islam untuk bersyariat secara kafah, hal ini bisa juga berdampak kepada badan-badan usaha berbasis syariah.²

Belakangan ini semakin banyak bermunculan perusahaan yang menjual produknya melalui sistem Multi Level Marketing (MLM). Oleh karena itu, perlu adanya pembahasan hukum yang sesuai dengan hukum syariat Islam.³ Karena banyaknya perusahaan MLM yang berkembang. Maka Dewan Syariah Nasional MUI mengeluarkan fatwa MLM, nama Fatwa DSN tersebut adalah Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Di Indonesia, istilah Multi Level Marketing (MLM) mulai dikenal luas pada tahun 1980an, dan pada tahun 1984 berdirilah Asosiasi Penjualan

¹ Mansur Efendi, "Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Fakultas Syariah*, 25 Maret 2019.

² Asyura dan Leni Masnidar Nasution, *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah* (Deepublish, 2021).h. 136.

³ Syahrin Rusman, "Analisis Maqashid Syari'ah Terhadap Fatwa MUI Mengenai Halal Haramnya Bisnis MLM (Multi-Level Marketing)" (diploma, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016).h. 1.

Langsung Indonesia (APLI) yang menjadi organisasi dan wadah persatuan dan kesatuan tempat berkumpulnya perusahaan-perusahaan penjualan langsung, termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (Multi Level Marketing) Indonesia.⁴

Sebagai bagian dari penjualan langsung, sistem Multi Level Marketing (MLM) terdiri dari distributor, promotor, dan pemasar. Penjualan langsung yang didasarkan pada komisi penjualan dan bonus adalah suatu teknik penjualan langsung produk atau jasa tertentu kepada pelanggan dalam suatu jaringan pemasaran yang diciptakan oleh mitra usaha.

Majelis Ulama Indonesia juga memberikan kepastian hukum mengenai Bisnis Multi Level Marketing yang saat ini sedang populer, baik diperbolehkan atau tidak. Pada tahun 2009, DSN-MUI kemudian mengeluarkan Fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang (PLBS) Syariah. Bisnis Multi Level Marketing di Indonesia menuai pro dan kontra di kalangan ulama. Fatwa ini mendefinisikan PLBS, atau MLM Syariah, dimulai dengan definisinya dan diakhiri dengan persyaratan izin MLM.⁵

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) telah mendaftarkan sejumlah bisnis MLM (Multi Level Marketing), antara lain PT. CNI, PT. Amway Indonesia, PT. Tianshi Indonesia Tiens, PT. Orindo Alam Ayu Oriflame, dan lain-lain. Perkembangan bisnis perusahaan MLM (Multi

⁴ Sarah Mutiarani, "Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2017).h. 2.

⁵ Azifatul Azifah, "Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame" (diploma, IAIN Ponorogo, 2021).h. 5.

Level Marketing) seperti yang disebutkan di atas sangatlah penting dalam lanskap bisnis saat ini.⁶

Multi Level Marketing (MLM) adalah strategi pemasaran komersial yang memanfaatkan struktur jaringan. Disebut juga sebagai pemasaran jaringan karena merupakan jaringan pemasaran di mana banyak individu memasarkan suatu produk dengan melakukan proses pemasaran jasa/produk. Distribusi dan pemasaran terjadi pada berbagai tingkatan, yang biasa disebut dengan *downline* (tingkat lebih rendah) dan *upline* (tingkat lebih tinggi). Jika seseorang mempunyai downline maka disebut upline. Selain itu, perusahaan MLM (Multi Level Marketing) ini beroperasi pada jaringan yang dapat berorientasi horizontal dari kiri ke kanan, vertikal atas dan bawah, atau gabungan keduanya. Setiap orang yang diterima dan menjadi anggota organisasi akan memberikan kelebihan dan manfaat bagi mereka yang menerimanya. Setiap orang yang berhasil diundang dan bergabung dalam grupnya akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada yang mengajaknya, biasanya menggunakan sistem persentase atau bonus.⁷

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

⁶ Umi Latifah, Yusuf Baihaqi, dan Jayusman, "Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama tahun 2019 tentang Hukum Bisnis Multi Level marketing," ASAS 13, no. 2 (3 Januari 2022): h.1-23.

⁷ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam," JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM 2, no. 02 (29 Juli 2016).h. 106.

tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai **“Studi Perbandingan Kepatuhan Syariah Pada Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Oriflame dan Tiens Komunitas di Bangkalan (Perspektif fatwa No:75/DSN MUI/VII/2009)”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Maraknya bisnis Multi Level Marketing di Indonesia yang mendapatkan pro kontra diantara para ulama sehingga Dewan Syariah Nasional MUI mengeluarkan Fatwa terkait MLM tersebut.
2. Sejauh mana bisnis MLM Orifalame dan Tiens memberikan edukasi dan pelatihan kepada anggotanya terkait aspek syariah dengan operasional MLM, seperti hukum dan etika bisnis dalam Islam.
3. Kejelasan informasi yang diberikan kepada anggota terkait syarat dan ketentuan bisnis MLM, apakah informasi tersebut sesuai dengan transparasi yang diinginkan oleh syariah.
4. Struktuk bisnis MLM Oriflame dan Tiens untuk memastikan kesesuaian dengan prinsi-prinsip Syariah yang dinyatakan di dalam fatwa, termasuk pembagian keuntungan dan resiko.
5. Adanya perbedaan pada praktik pemasaran antara bisnis MLM Oriflame dan Tiens.
6. Praktik pada bisnis MLM Oriflame dan Tiens apakah sesuai dengan ketentuan Fatwa MUI

C. Pembatasan Masalah

1. Perbandingan pada praktik yang dilakukan bisnis MLM Oriflame dan Tiens komunitas di Bangkalan.
2. Kepatuhan syariah pada praktik bisnis Oriflame dan Tiens sesuai dengan Fatwa MUI.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perbandingan praktik Bisnis MLM Oriflame dan Bisnis MLM Tiens komunitas di Bangkalan?
2. Bagaimana Perbandingan kepatuhan Syariah pada bisnis MLM Oriflame dan Tiens di Bangkalan Perspektif Fatwa MUI No:75/DSN MUI/VII/2009?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui Perbandingan praktik bisnis MLM Oriflame dan Bisnis MLM Tiens Komunitas di Bangkalan.
 - b. Untuk mengetahui Perbandingan kepatuhan Syariah pada Bisnis MLM Oriflame dan Tiens di Bangkalan Perspektif Fatwa MUI No:75/DSN MUI/VII/2009.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Secara teoritis, Penelitian ini bertujuan untuk menambah khazanah ilmiah dalam tradisi keilmuan dan korelasinya terhadap pemikiran hukum islam masa orde baru dan setelahnya, menjadikan bahan untuk kegiatan lain yang bersifat akademik yang berkelanjutan dan menambah referensi pribadi dan lembaga akademik.

- b. Secara praktis, Hasil penelitian ini bisa dijadikan pedoman bagi peneliti selanjutnya mengenai kepatuhan syariah pada bisnis Multi Level Marketing perspektif fatwa DSN MUI dan memberikan pemahaman secara mendalam terkait perbandingan pada bisnis MLM Oriflame dan Tiens di tinjau dari Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung berjenjang Syariah (PLBS).

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah sekumpulan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu serta memiliki hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, peneliti menemukan beberapa penelitian lain yang berkaitan dengan pokok bahasan.

1. Skripsi kiki Yuliana (2017), Berjudul *“Operasionalisasi Multi Level Marketing Orifalame di Ponorogo dalam tinjauan Fatwa DSN MUI”*. Temuan penelitian, Fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sejalan dengan operasionalisasi skema bonus untuk member yang digunakan di MLM Oriflame. Penelitian yang penulis lakukan memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang membahas struktur bonus perusahaan pemasaran bertingkat Oriflame. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian: penulis berkonsentrasi pada Oriflame dan Tiens, dua perusahaan pemasaran berjenjang, sedangkan peneliti sebelumnya hanya meneliti Oriflame.

2. Skripsi Alfa Mu'nisatul Aniq (2020), Berjudul "*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*". Temuan penelitian ini membahas bagaimana kontrak diterapkan dalam bisnis multilevel marketing (MLM) yang dijalankan oleh PT. Melia Sejahtera Cabang Sejahtera Ponorogo sesuai dengan pedoman Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang (PLBS) Syariah. Hal ini dikarenakan bisnis MLM yang dijalankan oleh PT. Melia Sehat Cabang Sejahtera Ponorogo tidak melanggar syariah, artinya tidak mengandung unsur maksiat (yang bertentangan dengan hukum Allah), gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba (tambahan), dharar (merugikan pihak lain), dzulm (tidak adil), atau gharar (penipuan). Penelitian yang disampaikan penulis mendukung teori Alfa Mu'nisatul Aniq tentang ketentuan Fatwa DSN-MUI No:75/DSN MUI/VII/2009. Penulis membandingkan bisnis multilevel marketing Oriflame dan Tiens, padahal penelitian sebelumnya terfokus pada bisnis MLM yang dijalankan oleh PT. Cabang Melia Sehat Sejahtera Ponorogo. Di sinilah letak perbedaan objek penelitiannya.
3. Skripsi Auliya Rizkqi Raming (2022), Berjudul "*Prinsip Syariah Pada Perusahaan Multi Level Marketing Tiens Syariah di Indonesia*". Karena setiap produk Tiens yang dijual di seluruh Indonesia, khususnya di Kota Palopo, telah memiliki sertifikat halal dari MUI, maka temuan

penelitian menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan perusahaan tersebut sesuai dengan Syariah Islam. Tiens diperbolehkan beredar dengan sertifikat halal ini. Penelitian penulis ini sebanding dengan penelitian sebelumnya karena juga membahas tentang perusahaan multilevel marketing Tiens. Penulis fokus membandingkan MLM Oriflame dan Tiens dalam praktik pemasaran dan praktik sistem bonus di bisnis MLM Oriflame dan Tiens yang sesuai dengan kepatuhan syariah, sedangkan peneliti sebelumnya berkonsentrasi pada sistem dan produk di perusahaan MLM Tiens yang sesuai dengan Fatwa No.75/DSN MUI/VII/2009.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini penulis akan menyusun sistematika sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN:** Pendahuluan berfungsi sebagai kata pengantar keseluruhan tesis. memuat informasi latar belakang, uraian masalah, kendala-kendalanya, perumusannya, tujuan dan penerapan penelitian, survei literatur, dan pembahasan.
2. **BAB II LANDASAN TEORI:** Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dan teori hukum yang terkait dengannya menjadi landasan teori dalam penelitian ini, sebagaimana dijelaskan dalam bab ini. Dibahas juga landasan teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang diangkat dalam prinsip ini.

3. **BAB III METODE PENELITIAN:** Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian penulis dan bahan-bahan yang digunakan untuk menyusun skripsi, meliputi jenis, pendekatan, dan sifat penelitian serta lokasi penelitian, sumber data, strategi pengumpulan data, dan prosedur analisis data.
4. **BAB IV HASIL PENELITIAN:** Bab ini memberikan penjelasan rinci tentang temuan penelitian dan analisis wawasan yang diperoleh dari data.
5. **BAB V PENUTUP:** Temuan penelitian disajikan dalam bab ini, yang diakhiri dengan rekomendasi dari penulis.