

# **Manifestasi MLM dalam Perspektif Syariah terhadap Paradoks dan Euforia Masyarakat Indonesia**

**Oleh: Wening Purbatin Palupi Soenjoto**

## **ABSTRAK**

Secara umum *Multi Level Marketing* adalah suatu konsep bisnis alternatif yang berhubungan dengan pola pemasaran dan distribusi barang (produk atau jasa tertentu) melalui banyak tingkatan di dalam garis kemitraan. Adapun maksud tingkatan tersebut yaitu biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah). Sejarah bisnis pemasaran jaringan atau MLM dimulai pada tahun 1940-an saat California Vitamins merancang penjualan dengan sistem yang merangsang para pemakai (*user*) untuk mengajak pelanggan lebih banyak (rekrutmen) untuk memakai produk yang mereka pakai.

Adapun secara global, sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah atau masyarakat sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. MLM untuk mendapatkan status Syariah harus berdasarkan FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) yang salah satunya menyatakan bahwa transaksi dalam perdagangan tersebut (MLM) tidak mengandung unsur *gharar, maysir, riba, dharar, dzulm*, dan maksiat.

Beberapa perusahaan yang menerapkan sistem MLM Syariah yaitu: Ahad Net Internasional; WarMAL; PT Mulia Sejahtera Network (MS-Net); PT Network Bhakti Persada; PT Multi Qreasi NetworkIndo (MQNET); PT Citra Niaga Abadi (CAN); dan PT HPA Indonesia (HPAI).

Kata Kunci: *Multi Level Marketing*; Rekrutmen; Syariah; Fatwa DSN

## A. Pengertian MLM

Secara umum *Multi Level Marketing* adalah suatu konsep bisnis alternatif yang berhubungan dengan pola pemasaran dan distribusi barang (produk atau jasa tertentu) melalui banyak tingkatan di dalam garis kemitraan. Adapun maksud tingkatan tersebut yaitu biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah). *Upline* merupakan pihak yang memiliki *downline* secara vertikal maupun horisontal, sedangkan *downline* merupakan pihak yang memiliki *upline* secara vertikal. MLM itu sendiri merupakan salah satu *Direct Selling* yang bermakna sebagai metode penjualan barang dan atau jasa tertentu kepada masyarakat atau konsumen, dengan cara tatap muka (*face to face*) di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan iuran keanggotaan yang wajar.<sup>1</sup> MLM juga memiliki ciri-ciri khusus yang dapat membedakannya dengan sistem pemasaran lain, yaitu: adanya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya. Di dalam sistem tersebut, calon distributor semacam membeli hak untuk merekrut anggota baru, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualan mereka sendiri maupun dari hasil penjualan anggota yang direkrut (*downline*) di dalam organisasi jaringannya.<sup>2</sup>

Menurut Suhrawardi K. Lubis dalam bukunya yang berjudul *Hukum Ekonomi Islam*<sup>3</sup> menuturkan bahwa:

Secara sederhana yang dimaksud dengan *multilevel marketing* adalah suatu konsep penyaluran barang (produk atau jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan menikmati keuntungan di dalam garis kemitraannya/sponsorisasi

---

<sup>1</sup>Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media, 2005), 16.

<sup>2</sup> Ibid., 17.

<sup>3</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 170.

(Pedoman Mitra Niaga, 1997: 25). Dalam pengertian yang lebih luas *multilevel marketing* adalah salah satu bentuk kerja sama di bidang perdagangan/pemasaran suatu produk/jasa yang dengan sistem ini diberikan kepada setiap orang kesempatan untuk mempunyai dan menjalankan usaha sendiri. Kepada setiap orang yang bergabung dapat mengkonsumsi produk dengan potongan harga serta sekaligus dapat menjalankan kegiatan usaha secara sendiri dengan cara menjual produk/jasa dan mengajak orang lain untuk bergabung dalam kelompoknya akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada yang mengajakannya, lazimnya dengan memakai sistem persentase atau bonus.

## B. Sejarah Singkat MLM

Bisnis pemasaran jaringan dimulai pada tahun 1940-an saat California Vitamins merancang penjualan dengan sistem yang merangsang para pemakai (*user*) untuk mengajak pelanggan lebih banyak (rekrutmen) untuk memakai produk yang mereka pakai. Para pelanggan itu mempunyai hak yang sama yang dapat mensponsori pelanggan lain.

Pada tahun berikutnya California Vitamins mengganti nama menjadi NatureLite Food Supplement Corporations. Pada tahun 1956, NatureLite menerapkan pola pemasaran jaringan dan bergabunglah Dr. Forrest Shaklee untuk memperluas pasar produk suplemen kesehatan, yaitu produk yang dikembangkan oleh dokter tersebut. Tidak lama kemudian, sekitar tahun 1959 Rich DeVoss dan Jay Van Andel mencetuskan perusahaan Amway sebagai satu-satunya sarana bagi bangsa Amerika memasarkan produk dengan cara pemasaran jaringan.

Ketika sistem pemasaran jaringan diterapkan, bisnis ini tidak berjalan dengan baik ada banyak tantangan berat bahkan menjadi malapetaka. Konsep pemasaran jaringan disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dengan menyebarkan selebaran surat yang menyebutkan suatu keuntungan besar jika ada orang yang bersedia mengirimkan dana sebesar 1 USD kepada seseorang. Dengan kata lain bisnis ini disalahgunakan untuk mengeruk keuntungan dengan mempengaruhi orang lain lewat iming-iming keuntungan besar.

Pada tahun 1975 Federal Trade Commission (FTC) menuding Amway sebagai salah satu perusahaan piramida ilegal. Langkah FTC diantaranya melarang seluruh kegiatan penjualan produk-produk Amway. Setelah melakukan upaya hukum selama empat tahun, akhirnya FTC meyakini sistem distribusi dan pembagian komisi yang dilakukan Amway adalah legal. Keputusan itu lebih dikenal dengan Amway Safeguards Rule yang kemudian dijadikan standar pengadilan dan badan hukum untuk mengatur legalitas perusahaan pemasaran jaringan. Diharapkan dengan peraturan tersebut, baik distributor maupun perusahaan memiliki payung hukum yang dapat melindungi hak-hak mereka secara hukum.<sup>4</sup>

### C. Sistem Kerja MLM

Secara global sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah atau masyarakat sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Pada umumnya, MLM memiliki pola pemasaran sebagai berikut:

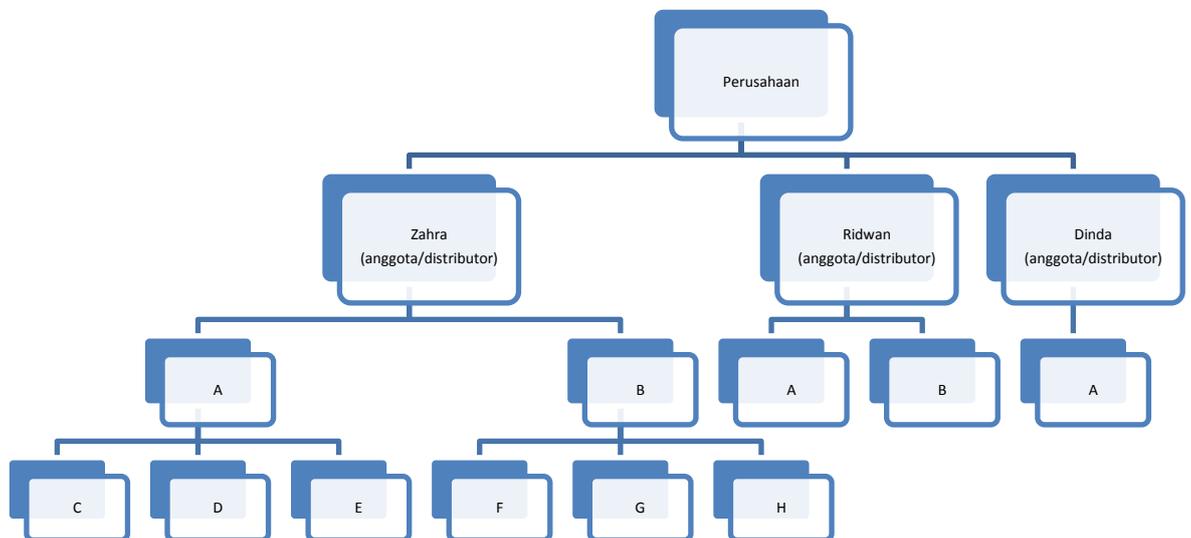
1. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi *member*, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (*member*) dari perusahaan.
2. Sesudah menjadi *member* maka tugas berikutnya adalah mencari *member-member* baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
3. Para *member* baru juga bertugas mencari calon *member-member* baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.

---

<sup>4</sup> Andy Yosh, "Sejarah Asal Mula Bisnis Jaringan (MLM)," dalam <http://aipunyasendiri.blogspot.co.id>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2016, jam 08.47).

4. Jika *member* mampu menjaring *member* dengan kuantitas yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak *member* yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya *member* yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Dengan adanya para *member* baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka *member* yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya *member-member* baru tersebut.

Adapun secara sederhana, bisnis MLM dapat dijelaskan dengan contoh sebagai berikut:



Misalnya sebuah perusahaan memasarkan produk/jasa dengan sistem *network marketing* atau MLM telah menjaring si Zahra sebagai anggota atau distributor. Kemudian si Zahra selain sebagai anggota diharapkan pula dapat menjaring anggota-anggota atau *member* baru untuk masuk dalam kelompoknya, misalnya A dan B. Selanjutnya A dan B berusaha pula memperluas jaringannya, misalnya A telah menjaring C, D, dan E, sedangkan B telah menjaring F, G, dan H. Selanjutnya C, D, E (grup dari A) dan F, G, dan H (grup dari B) akan berusaha pula untuk memperluas jaringannya dengan cara mencari anggota baru, demikian seterusnya.<sup>5</sup> Dari perluasan dan pengembangan jaringan di atas, Zahra akan memperoleh keuntungan berupa komisi, apakah berupa keuntungan langsung, komisi kerabat, komisi pengembangan grup, dan bentuk keuntungan lainnya sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan. Jelasnya, semakin banyak dan berkembang grup si Zahra, semakin besar pula komisi yang akan diperolehnya. Hal tersebut terjadi karena anggota dan grup yang berada di bawah Ahmad akan memberi keuntungan kepada Zahra (akumulasi penjualan kelompok). Intinya di dalam sistem pemasaran dan distribusi MLM, semakin besar akumulasi penjualan kelompok, semakin besar pula keuntungan yang diperoleh.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Suhrawardi, *Hukum Ekonomi*, 171.

<sup>6</sup> *Ibid.*, 172.

#### D. MLM dalam Perspektif Syariah Islam

Menurut Ustadz DR. H. Setiawan Budi Utomo<sup>7</sup>, semua bisnis termasuk yang menggunakan sistem MLM dalam literatur syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori *muamalah* yang hukum asalnya boleh. Namun, perlu adanya kajian akan persyaratan tertentu di dalam sistem MLM. Hal tersebut bertujuan agar dapat dikatakan MLM yang sesuai syariat Islam. Adapun persyaratan tertentu itu, diantaranya<sup>8</sup>:

1. *Marketing Plan*-nya, apakah ada unsur skema piramida atau tidak. Jika terdapat unsur piramida yaitu distributor yang terlebih dahulu masuk selalu diuntungkan dengan mengurangi hak distributor belakangan, sehingga merugikan *downline* dibawahnya, maka hukumnya haram. Adapun perbedaan antara MLM dengan skema piramida sebagai berikut:

NO	MLM atau <i>Direct Selling</i>	Skema Piramida
1	Sudah dimasyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan sistem ini, bahkan pengusahanya ditangkap pihak yang berwajib.
2	Berhasil meningkatkan penghasilan	Hanya menguntungkan

<sup>7</sup> Ustadz DR. H. Setiawan Budi Utomo adalah penulis yang merupakan Alumnus terbaik Fakultas Syariah Madinah Islamic University, Arab Saudi. Saat ini aktif sebagai Anggota Dewan Syariah Nasional dan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Dewan Syuro Ikatan Dai Indonesia (IKADI), Dewan Penguji Ujian Sertifikasi Akuntansi Syariah, Ketua Tim Akuntansi Zakat, anggota Komite Akuntansi Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Dewan Penguji Ujian Sertifikasi Akuntansi Syariah, Anggota Tim Koordinasi Penerbitan Surat Berharga Syariah Negara dalam Valas, Anggota Tetap Tim Ahli Syariah Emisi Sukuk (Obligasi Syariah), Dewan Pakar Ikatan Ahli Ekonomi Syariah (IAEI), Dewan Pakar Shariah Economic and Banking Institute (SEBI), Anggota Tim Kajian Tafsir Tematik Lajnah Pentashih Al-Qur'an Depag, Dosen Pasca Sarjana dan Pengasuh Tetap Fikih Aktual Jaringan Trijaya FM, Pegiat Ekonomi Syariah dan Referensi Fikih Kontemporer Indonesia. Beliau juga merupakan salah satu peneliti di Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia (BI).

Sumber: <http://www.dakwatuna.com/author/setiawanbu/#ixzz43GCZvIX5>

<sup>8</sup> Ibid., 99.

	dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	bagi orang-orang yang pertama atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakangan.
3	Keuntungan/keberhasilan Mitra Usaha ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan/pembelian produk/jasa yang bernilai dan berguna untuk konsumen.	Keuntungan/keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyetor sejumlah uang sampai terbentuk satu format Piramida.
4	Setiap orang hanya berhak menjadi Mitra Usaha sebanyak satu kali saja.	Setiap orang boleh menjadi anggota berkali-kali dalam satu waktu tertentu, menjadi anggota disebut dengan “membeli kavling”, jadi satu orang boleh membeli beberapa kavling.
5	Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal, masuk akal dan imbalannya adalah <i>Starter Kit</i> yang senilai. Biaya pendaftaran tidak dimaksudkan untuk memaksakan pembelian produk dan bukan untuk mencari untung dari biaya pendaftaran.	Biaya pendaftaran anggota sangat tinggi, biasanya disertai dengan produk-produk yang jika dihitung harganya menjadi sangat mahal (tidak sesuai dengan produk sejenis yang ada

		di pasaran). Jika seorang anggota lebih banyak merekrut orang lain, maka barulah yang bersangkutan mendapatkan keuntungan, dengan kata lain keuntungan didapat dengan merekrut lebih banyak anggota, bukan dengan penjualan yang lebih banyak. <sup>9</sup>
6	Keuntungan yang didapat Mitra Usaha dihitung berdasarkan hasil penjualan dari setiap anggota jaringannya.	Keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan sistem <i>rekruting</i> sampai terbentuk format tertentu.
7	Jumlah orang yang direkrut anggota tidak dibatasi, tetapi dianjurkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing.	Jumlah anggota yang direkrut dibatasi. Jika ingin merekrut lebih banyak lagi, yang bersangkutan harus menjadi anggota (membeli kavling) lagi.
8	Setiap Mitra Usaha sangat tidak dianjurkan bahkan dilarang menumpuk barang ( <i>Inventory Loading</i> ) karena di dalam jualan	Setiap anggota dianjurkan untuk menjadi anggota berkali-kali dimana setiap kali

<sup>9</sup> Kuswara, *Mengenal MLM*, 23.

	langsung yang terpenting adalah produk yang dibeli bisa dipakai dan dirasakan khasiat/kegunaannya oleh konsumen	menjadi anggota harus membeli produk dengan harga yang tidak masuk akal. Hal ini menyebabkan banyak sekali anggota yang menimbun barang dan tidak dipakai.
9	Program pembinaan Mitra Usaha sangat diperlukan agar didapat anggota yang berkualitas tinggi.	Tidak ada program pembinaan apapun juga, karena yang diperlukan hanya <i>rekruting</i> . <sup>10</sup>
10	Pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting, karena produk harus dijual sampai ke tangan konsumen.	Tidak ada pelatihan produk, sebab komoditas hanyalah rekrut keanggotaan. Produk dalam sistem ini hanyalah suatu kedok atau kamufase.
11	Setiap <i>upline</i> sangat berkepentingan dengan meningkatnya kualitas dari para <i>downlinenya</i> , kesuksesan seorang Mitra Usaha dapat terjadi jika <i>downlinenya</i> sukses. Keberhasilan <i>upline</i> ikut ditentukan dari keberhasilan <i>downline</i> .	Para <i>upline</i> hanya mementingkan rekruting orang baru. Apakah <i>downline</i> berhasil atau tidak, bukanlah merupakan perhatian dari <i>upline</i> .
12	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik dimana setiap Mitra Usaha harus terus melakukan	Bukan merupakan suatu peluang usaha, karena yang dilakukan lebih

<sup>10</sup> Ibid., 24.

	pembinaannya untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	menyerupai untung- untungan, dimana yang perlu dilakukan hanyalah “membeli kavling” dan selanjutnya hanyalah menunggu. <sup>11</sup>
--	---	---

2. Apakah perusahaan MLM, memiliki *track record positif* dan baik ataukah tiba-tiba muncul dan misterius, apalagi yang banyak kontroversinya.
3. Apakah produknya mengandung zat-zat haram ataukah tidak, dan apakah produknya memiliki jaminan untuk dikembalikan atau tidak.
4. Apabila perusahaan lebih menekankan aspek *targeting* penghimpunan dana dan menganggap bahwa produk tidak penting atupun hanya sebagai kedok atau kamuflase, apalagi uang pendaftarannya cukup besar nilainya, maka patut dicurigai sebagai arisan berantai (*money game*) yang menyerupai judi.
5. Apakah perusahaan MLM menjanjikan kaya mendadak tanpa bekerja ataukah tidak demikian.

---

<sup>11</sup> Ibid., 25.

Selain kriteria penilaian di atas perlu diperhatikan pula hal-hal berikut:

1. Transparansi penjualan dan pembagian bonus serta komisis penjualan, disamping pembukuan yang menyangkut perpajakan dan perkembangan networking atau jaringan dan level, melalui laporan otomatis secara periodik. Menyangkut keuntungan yang diperoleh dapat disepadankan dengan firman Allah SWT dalam QS. *Al-Baqarah* ayat 261 sebagai berikut:



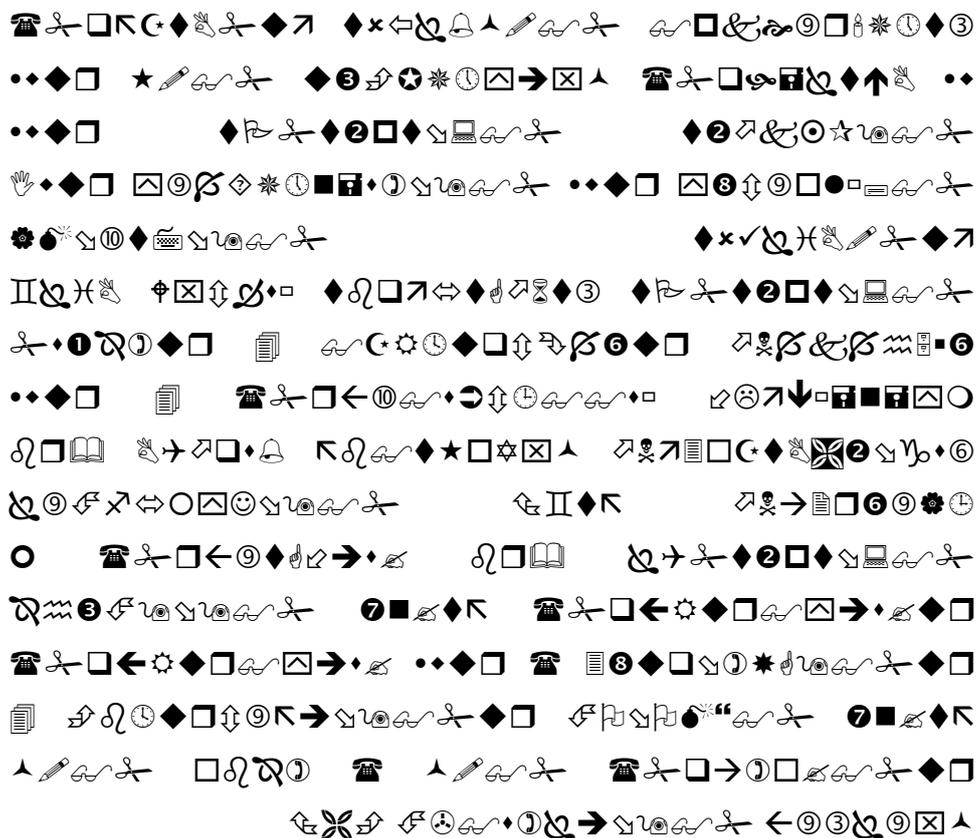
*“261. perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah[166] adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”<sup>12</sup>*

2. Penegasan niat dan tujuan bisnis MLM sebagai sarana penjualan langsung produk barang ataupun jasa yang bermanfaat, dan bukan permainan uang (*money game*). Sistem jaringan kerja dalam MLM disamping bermanfaat, juga harus menguntungkan bagi setiap anggota bahkan dimungkinkan terciptanya *ukhuwah* di dalam grup karena sering bertemu dan bersilaturahmi.

---

<sup>12</sup>al-Qur’an, 2:261.

Hal tersebut sejalan dengan prinsip gotong royong dalam kebaikan pada QS. Al-Maidah ayat 2, Allah SWT berfirman sebagai berikut:



“2. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

*menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*"<sup>13</sup>

3. Meyakinkan kehalalan produk yang menjadi objek transaksi riil (*underlying transaction*) dan tidak mendorong kepada kehidupan boros, hedonis, dan membahayakan eksistensi produk domestik terutama MLM produk asing.
4. Tidak adanya *excessive mark up* (*ghubn fakhisy*) atas harga produk yang dijualbelikan di atas *covering* biaya promosi dan *marketing* konvensional.
5. Harga barang dan bonus (komisi) penjualan diketahui secara jelas sejak awal dan dipastikan kebenarannya saat transaksi.
6. Perlu pengetahuan terkait perbedaan MLM Syariah dan MLM Konvensional. Adapun perbedaan tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

NO	VARIABEL	MLM SYARIAH	MLM KONVENSIONAL
1	Akad dan aspek legalitas	Berdasarkan hukum positif, kode etik, dan prinsip-prinsip syariah.	MLM yang legal berdasarkan hukum positif dan kode etik.
2	Lembaga penyelesaian	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI)	Peradilan Negeri
3	Struktur Organisasi	Dewan Pengawas Syariah	Tidak dikenal
4	Prinsip Operasional	Dakwah dan Bisnis	Bisnis Murni
5	Keuntungan Usaha	Pemberdayaan lewat ZIS	Tidak dikenal

<sup>13</sup> al-Qur'an, 5:2.

6	Jenis Usaha dan Produk	Halalan Thoyiban	Sebagian sudah mendapat sertifikat halal MUI.
---	------------------------	------------------	---

#### E. MLM dan DSN

MLM yang berstatus syariah tentu haruslah mendapatkan sertifikasi Dewan Syariah Nasional atau DSN. DSN itu sendiri dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1999. Dalam informasi yang didapatkan pada tanggal 21 Juni 2006, DSN atau *Al-Hai'ah Al-Syari'iyah Al-Wathaniyah* atau *National Sharia Board* adalah sebuah institusi di bawah Majelis Ulama Indonesia yang dibentuk pada awal tahun 1999 dengan tugasnya untuk menggali, mengkaji, dan merumuskan nilai dan prinsip-prinsip hukum Islam (syariah) untuk dijadikan pedoman dalam kegiatan transaksional di lembaga-lembaga keuangan syariah serta mengawasi pelaksanaan dan implementasinya. Anggota lembaga DSN adalah para ahli hukum Islam serta praktisi ekonomi terutama sektor keuangan, baik bank maupun nonbank yang berfungsi untuk menjalankan tugas-tugas MUI dan dalam pelaksanaannya dibantu oleh Badan Pelaksana Harian (BPH-DSN) yang melakukan penelitian, penggalan, dan pengkajian.

Salah satu peran DSN adalah mengeluarkan fatwa. Fatwa merupakan salah satu institusi dalam hukum Islam untuk memberikan jawaban dan solusi terhadap problem yang dihadapi umat. Bahkan umat Islam pada umumnya menjadikan fatwa sebagai rujukan di dalam bersikap dan bertingkah laku. Fatwa-fatwa tersebut bervariasi menyesuaikan permasalahan perkembangan zaman dan harus sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Adapun masalah MLM, DSN juga mengeluarkan fatwa terkait kriteria MLM yang halal atau selaras dengan syariat Islam.

Kriteria tersebut terlampir dalam FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*<sup>14</sup>, *maysir*<sup>15</sup>, *riba*<sup>16</sup>, *dharar*<sup>17</sup>, *dzulm*<sup>18</sup>, *maksiat*<sup>19</sup>;
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad)

---

<sup>14</sup> *Gharar* adalah keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain.

<sup>15</sup> *Maysir* adalah transaksi yang mengandung perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi

<sup>16</sup> *Riba* adalah tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam

<sup>17</sup> *Dharar* adalah transaksi yang dapat menimbulkan kerusakan, kerugian, ataupun ada unsur penganiayaan, sehingga bisa mengakibatkan terjadinya pemindahan hak kepemilikan secara batil.

<sup>18</sup> *Dzulm* adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu tidak sesuai ukuran, kualitas dan temponya, mengambil sesuatu yang bukan haknya dan memperlakukan sesuatu tidak sesuai posisinya (kezaliman).

<sup>19</sup> *Maksiat* adalah bentuk transaksi yang terkait dengan usaha-usaha yang secara langsung ataupun tidak langsung melanggar (menentang) hukum-hukum Allah dan Rasul-Nya.

sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*<sup>20</sup>.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti *syirik*<sup>21</sup>, *kultus*<sup>22</sup>, maksiat dan lain-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> *ighra* ' adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih- lebihan.

<sup>21</sup> *Syirik* adalah itikad ataupun perbuatan yang menyamakan sesuatu selain Allah dan disandarkan pada Allah dalam hal rububiyah dan uluhiyyah.

<sup>22</sup> *Kultus* adalah penghormatan resmi dalam agama; upacara keagamaan; ibadat; sistem kepercayaan; 3 penghormatan secara berlebih-lebihan kepada orang, paham, atau benda.

<sup>23</sup> *Money game* adalah semacam MLM dengan sistem piramida yang tidak menjual produk dan hanya mendistribusikan uang dengan aturan-aturan tertentu.

F. Contoh Perusahaan-Perusahaan yang Menerapkan Sistem MLM Syariah

1. Ahad Net Internasional
2. WarMAL
3. PT Mulia Sejahtera Network (MS-Net)
4. PT Network Bhakti Persada
5. PT Multi Qreasi NetworkIndo (MQNET)
6. PT Citra Niaga Abadi (CAN)<sup>24</sup>
7. PT HPA Indonesia (HPAI)

---

<sup>24</sup> Kuswara, *Mengenal MLM*, xxviii.

## Daftar Pustaka

- Andy Yosh, "Sejarah Asal Mula Bisnis Jaringan (MLM)," dalam <http://aipunyasendiri.blogspot.co.id>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2016, jam 08.47).  
al-Qur'an, 2:261.  
al-Qur'an, 5:2.
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal-Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media, 2005), 16.  
Ibid., 17.
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), 170.  
Suhrawardi, *Hukum Ekonomi*, 171.  
Ibid., 172.
- Ustadz DR. H. Setiawan Budi Utomo adalah penulis yang merupakan Alumnus terbaik Fakultas Syariah Madinah Islamic University, Arab Saudi. Saat ini aktif sebagai Anggota Dewan Syariah Nasional dan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Dewan Syuro Ikatan Dai Indonesia (IKADI), Dewan Penguji Ujian Sertifikasi Akuntansi Syariah, Ketua Tim Akuntansi Zakat, anggota Komite Akuntansi Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), Dewan Penguji Ujian Sertifikasi Akuntansi Syariah, Anggota Tim Koordinasi Penerbitan Surat Berharga Syariah Negara dalam Valas, Anggota Tetap Tim Ahli Syariah Emisi Sukuk (Obligasi Syariah), Dewan Pakar Ikatan Ahli Ekonomi Syariah (IAEI), Dewan Pakar Syariah Economic and Banking Institute (SEBI), Anggota Tim Kajian Tafsir Tematik Lajnah Pentashih Al-Qur'an Depag, Dosen Pasca Sarjana dan Pengasuh Tetap Fiqih Aktual Jaringan Trijaya FM, Pegiat Ekonomi Syariah dan Referensi Fiqih Kontemporer Indonesia. Beliau juga merupakan salah satu peneliti di Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia (BI).  
Sumber: <http://www.dakwatuna.com/author/setiawanbu/#ixzz43GCZvIX5>
- <sup>1</sup> Ibid., 99.  
<sup>1</sup> Kuswara, *Mengenal MLM*, 23.  
<sup>1</sup> Ibid., 24.  
<sup>1</sup> Ibid., 25.  
<sup>1</sup> al-Qur'an, 2:261.  
<sup>1</sup> al-Qur'an, 5:2.  
<sup>1</sup> *Gharar* adalah keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain.  
<sup>1</sup> *Maysir* adalah transaksi yang mengandung perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi  
<sup>1</sup> *Riba* adalah tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam  
<sup>1</sup> *Dharar* adalah transaksi yang dapat menimbulkan kerusakan, kerugian, ataupun ada unsur penganiayaan, sehingga bisa mengakibatkan terjadinya pemindahan hak kepemilikan secara bathil.  
<sup>1</sup> *Dzulm* adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu tidak sesuai ukuran, kualitas dan temponya, mengambil sesuatu yang bukan haknya dan memperlakukan sesuatu tidak sesuai posisinya (kezaliman).  
<sup>1</sup> *Maksiat* adalah bentuk transaksi yang terkait dengan usaha-usaha yang secara langsung ataupun tidak langsung melanggar (menentang) hukum-hukum Allah dan Rasul-Nya.  
<sup>1</sup> *ighra'* adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih-lebihan.  
<sup>1</sup> *Syirik* adalah itikad ataupun perbuatan yang menyamakan sesuatu selain Allah dan disandarkan pada Allah dalam hal rububiyah dan uluhiyyah.  
<sup>1</sup> *Kultus* adalah penghormatan resmi dalam agama; upacara keagamaan; ibadah; sistem kepercayaan; 3 penghormatan secara berlebih-lebihan kepada orang, paham, atau benda.  
<sup>1</sup> *Money game* adalah semacam MLM dengan sistem piramida yang tidak menjual produk dan hanya mendistribusikan uang dengan aturan-aturan tertentu.  
<sup>1</sup> Kuswara, *Mengenal MLM*, xxviii.

