

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PEMBIAYAAN HAJI DAN UMRAH MELALUI SISTEM MARKETING DI PT. ARMINAREKA PERDANA YOGYAKARTA

INDAH FITRIANA SARI

Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Abstrak

PT Arminareka Perdana merupakan badan bisnis yang bergerak di bidang jasa pemberangkatan haji dan umroh. Pada tahun 2008 PT Arminareka Perdana mengeluarkan program terbaru dari devisi marketing yang dinamai PT Armina Utama Sukses. Program terbaru tersebut merupakan program solusi bagi umat Islam yang mempunyai kendala biaya untuk menunaikan ibadah haji. Dalam program tersebut menawarkan kepada jamaah yang mendaftar sebagai calon jama'ah haji di PT Arminareka Perdana untuk menawarkan kepada jamaah yang lain agar untuk bergabung dan mendaftarkan diri dengan menjadi jamaah haji dan umroh di PT.Arminareka Perdana. Program solusi yang ditawarkan PT Arminareka Perdana terdapat penilaian dari sebagian masyarakat sebagai bisnis *Multi level marketing* (MLM). Dari penilaian tersebut menimbulkan penilaian positif dan negatifnya terhadap bisnis MLM. Sehingga akan mengkhawatirkan jika terdapat sisi negatif terhadap program solusi tersebut. Apalagi menyangkut pemberangkatan haji dan umroh yang bersifat *ubudiyah*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *preskriptif supling* yaitu memberikan penilaian terhadap sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana Yogyakarta. Dalam praktiknya, penelitian ini bertujuan untuk menilai tentang permasalahan yang menjadi objek pada pokok masalah yang terjadi di lapangan, dalam hal ini program solusi pada pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana. Untuk memenuhi tujuan penelitian ini, membutuhkan data-data yang terkait pada sistem pembiayaan haji dan umrah.

Masalah yang ada dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan pendekatan normatif dan kaidah-kaidah fikih sekunder setelah al-Qur'an dan Hadis untuk mendapatkan jawaban yang realistis dan sesuai dengan syari'ah. Setelah penyusun meneliti terhadap sistem pembiayaan Haji dan Umroh di PT Arminareka Perdana, program tersebut memang merupakan sistem pemasaran yang menggunakan strategi *Multi level marketing* (MLM). Akan tetapi sisi negatif yang terdapat pada sistem *Multi level marketing* (MLM) tidak mewakili keharaman secara keseluruhan terhadap seluruh bisnis yang berbasis *Multi level marketing* (MLM) lainnya. Setelah membandingkan program solusi dengan sisi keharaman yang terdapat pada bisnis *Multi level marketing* (MLM) dapat diketahui, bahwa tidak terdapat sisi keharaman bisnis *Multi level marketing* (MLM) di dalam program solusi tersebut. Dengan tidak terdapatnya sisi keharaman yang terdapat pada bisnsi *Multi level marketing* (MLM) pada program solusi tersebut, maka program solusi yang ditawarkan PT Arminareka Perdana tidak melanggar dari aturan-aturan hukum Islam.

Keyword: *Multi level marketing*, Arminareka Perdana, marketing, fikih

A. Latar Belakang Masalah

Haji merupakan rukun Islam yang kelima, setelah bersyahadat, mendirikan sholat, berpuasa di bulan Ramadhan dan membayar zakat. Kelima rukun Islam tersebut merupakan kesempurnaan bagi ummat muslim dalam menjalankan syari'at Islam. Haji bukan hanya ibadah yang disyariatkan untuk ummat nabi Muhammad SAW saja, tetapi juga untuk ummat-umat terdahulu, mulai dari nabi Adam as, hingga sekarang. Ka'bah merupakan rumah pertama yang dibangun Allah untuk manusia, dan merupakan tempat ibadah paling awal yang diciptakan Allah untuk hamba-Nya, di tempat ini para malaikat, Adam dan Hawa telah melakukan thawaf, bahkan sebelum Adam dan Hawapun para makhluk telah melakukan ibadah haji dan thawaf di sana.¹

Di dalam keterangan nash banyak sekali Ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang kewajiban haji bagi ummat Islam, terutama kewajiban bagi yang mampu untuk melaksanakannya. Allah SWT menegur bagi mereka yang telah meninggalkan ibadah haji tersebut tanpa uzur ({Q.S. Al-Imran (3): 97}).

Haji selain ibadah yang mengandung unsur keagungan Allah SWT dan mengingatkan akan fitrah makhluk-Nya. Sehingga tidak heran banyak ummat muslim yang memimpikan untuk melaksanakan ibadah haji di tanah suci Mekkah al-Mukarromah. Akan tetapi, tidak semua orang yang bisa melaksanakan ibadah haji, terlebih pada daerah yang jauh dari Mekkah seperti Indonesia.

Dalam melaksanakan haji sangat memerlukan persiapan dan kemampuan. Persiapan dana berupa transportasi terutama daerah yang jauh dari Mekkah. Kemampuan berupa biaya selama diperjalanan berupa penginapan, makanan dan sebagainya, maupun kemampuan fisik yang kuat untuk memunaikan ibadah haji, karena dalam ibadah haji, dalam pelaksanaan rukun-rukunnya memerlukan kesehatan fisik yang cukup, seperti ihram, wuquf di arofah, thawaf, terutama sa'i. Bila melaksanakan semua rukun itu dalam keadaan yang kurang sehat tentunya bisa mengganggu kelancaran dan kekhusukan dalam menjalankan ibadah haji. Maksud dari mampu adalah kemampuan secara keseluruhan dalam pelaksanaan ibadah haji, bukan hanya mampu pada kesehatan jasmani saja, tetapi juga mampu secara biaya. Biaya yang diperlukan untuk melaksanakan ibadah haji cukup besar. Untuk mengumpulkan biaya pemberangkatan haji tidak mudah, apalagi bila pendapatan sehari-harinya terbilang kurang mampu. Posisi seperti ini sangat sulit untuk mengumpulkan dana yang cukup untuk pemberangkatan haji, butuh waktu yang

¹ Muhammad Ibrahim Jannati, *Fiqh Perbandingan Lima Mazhab*, (Jakarta Selatan: Cahaya, 2007), 156.

cukup lama untuk menabung hingga tercukupi biaya dengan jumlah yang dibutuhkan. Berbenturan dengan biaya inilah yang seringkali menjadi alasan utama yang menjadi faktor ketidakmampuan untuk melaksanakan ibadah haji. Alasan biaya ini sering dijumpai di kalangan masyarakat.

Di lingkungan masyarakat pada umumnya, yang menjalankan ibadah haji terdapat pada keluarga yang berpenghasilan sangat cukup mampu. Sedikit sekali dari keluarga yang sederhana bisa menunaikan ibadah haji, apalagi dari keluarga miskin, sehingga bagi keluarga yang sangat sederhana butuh waktu yang lama untuk menabung hingga tercapai pada biaya haji yang diperlukan. Di zaman yang penuh dengan kemajuan ekonomi ini, meskipun tidak mempunyai dana yang memadai untuk keberangkatan haji, nampaknya tidak menjadi faktor penghalang lagi. Hal ini bisa diwujudkan melalui salah satu sistem marketing yang terdapat di PT Arminareka Perdana. Sistem marketing ini merupakan program solusi untuk pembiayaan haji bagi umat Islam yang ingin menjalankannya. Melalui program solusi ini, seseorang bisa berkesempatan dan mendapatkan biaya haji tambahan hanya dengan cara mendaftar diri menjadi calon jamaah haji di PT Arminareka Perdana dan mempromosikan kepada masyarakat agar ikut bergabung menjadi calon jamaah haji di PT Arminareka Perdana. Dengan mempromosikan kepada masyarakat inilah jamaah yang mempromosikan mendapatkan sejumlah komisi dari perusahaan.

Untuk mendaftarkan diri menjadi calon jamaah haji / umrah di PT Arminareka Perdana, dengan membayar DP pemberangkatan sebesar Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah) untuk keberangkatan haji. Sedangkan untuk keberangkatan umroh membayar administrasi sebesar Rp. 3.500.000,00 (tiga juta lima ratus rupiah). Bila telah membayar DP keberangkatan, maka jama'ah tersebut telah sah menjadi calon jama'ah haji dan umrah di PT Arminareka Perdana.

Untuk mencukupi biaya selanjutnya maka calon jamaah cukup mempromosikan kepada jamaah lain untuk ikut bergabung menjadi calon jamaah haji dan umroh di PT Arminareka Perdana. Komisi yang akan diterima oleh jamaah yang berhasil mendapatkan satu orang jama'ah calon jamaah haji yang ikut bergabung maka jamaah yang mempromosikan tersebut mendapatkan bagi hasil sejumlah Rp. 2.500.000,00 (dua juta lima ratus). Sedangkan bila mendapat jamaah yang ikut bergabung menjadi calon jamaah umroh maka jamaah yang mempromosi mendapatkan dana sejumlah Rp. 1.500.000. (satu juta lima ratus rupiah).² Praktek seperti ini berlaku bagi seluruh jamaah yang telah mendaftar menjadi calon jamaah haji di PT

² Buku Panduan Support System Penyelenggara Perjalanan Umrah dan Haji Plus PT Arminareka Perdana

Arminareka Perdana. Selain itu, bila hasil dari mempromosikan satu orang calon jamaah melahirkan banyak jamaah-jamaah lainnya, maka jamaah yang mempromosikan sebelumnya mendapatkan komisi pasangan dan royalti. Komisi pasangan dihargai sebesar Rp. 500.000,00 (lima ratus ribu rupiah), sedangkan komisi royalti sebesar RP. 1.000.000,00 (satu juta rupiah). Cara seperti ini, tentunya sangat membantu dalam memperoleh biaya untuk keberangkatan haji. Sehingga cukup dari hasil mempromosikan kepada beberapa orang jamaah yang didapatkan maka jama'ah tersebut sudah bisa mendapatkan biaya untuk keberangkatan haji. Dengan demikian, program solusi ini merupakan hasil kerja dari program pemasaran yang diberi hak oleh perusahaan kepada calon jamaah untuk memasarkan kepada jamaah lain agar ikut bergabung menjadi calon jamaah haji di PT Arminareka Perdana. Akan tetapi, terdapat kesulitan di lapangan bahwa penilaian masyarakat yang menganggap sistem pemasaran (marketing) ini merupakan system bisnis *Multi Level Marketing (MLM)*.³ Dikatakan bisnis *Multi Level Marketing* karena system pemasaran ini terdapat rekrutmen untuk mendapatkan calon jamaah haji / umrah yang baru. Jamaah yang baru tersebut diamanatkan untuk mencari jamaah yang baru pula, begitu seterusnya. Hal ini agar terjadinya produktifitas pada sistem pemasaran yang bertumpu pada pendapatan dari jamaah yang telah didapatkan. Mengenai MLM, para Ulama masih berbeda pendapat terhadap kedudukan hukumnya. Sebagian Ulama berpendapat bahwa bisnis MLM kurang sesuai dengan syariat karenamengandung unsur *qimar*.⁴ Selain itu sifat bisnis MLM secara etika bisnis MLM bisa mengotori hati dikerenakan MLM berorientasi kepada pada profit material saja tanpa memikirkan non material, karena beroreintasi kepada profit marerial maka menimbulkan kecenderungan untuk merekrut konsumen sebanyak-banyaknya sehingga seringkali dalam praktek ada tindakan upaya secara subjektif yang pada awalnya calon tidak tertarik akhirnya dengan segala cara calon bisa terpengaruh untuk ikut bergabung menjalani

³ *Multi Level Marketing (MLM)* adalah sistem pemasaran yang berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Memposisikan pelanggan sebagai pemasar bersifat *continue* (terus-menerus). Sehingga hasil dari pemasaran yang disalurkan oleh pelanggan, akan menciptakan pelanggan baru yang berposisi sebagai pemasar dan akan menciptakan pelanggan yang baru pula sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Begitu hingga seterusnya. Hasil dari pemasaran atas tenaga yang telah dikeluarkan akan mendapatkan komisi dari perusahaan. semakin banyak pelanggan yang ia dapatkan yang melahirkan jaringan distribusi semakin banyak pula komisi yang akan ia terima dari perusahaan.

⁴ *Qimar* adalah seseorang mengeluarkan biaya dalam sebuah transaksi yang ada kemungkinan dia beruntung dan ada kemungkinan dia merugi

usaha tersebut. Selain itu dampak negatif di bisnis tersebut menjadikan manusia sebagai mesin yang mengeksploitasi hubungan (*networking*) yang dimiliki setiap orang.⁵

Namun ada juga sebagian ulama yang tidak mengharamkannya, selama bisnis tersebut tidak mengandung unsur gharar, penipuan, dan pemaksaan yang bersifat melanggar fikih muamalat. Dengan demikian, apabila sistem pembiayaan haji di PT Arminareka Perdana terdapat persamaan dalam sistem marketing pada bisnis MLM, maka tentunya akan menjadi problem dalam pendapatan biaya untuk keberangkatan haji, karena kedudukan MLM itu sendiri masih diperselisihkan kedudukannya. Apa lagi haji haruslah ditempuh dengan dana yang halal, tidak boleh pada dana yang samar-samar (*syubhat*) apa lagi yang haram, karena bila dana yang didapatkan dari perkara yang tidak baik maka tentunya akan berpengaruh pada kemabruran haji itu sendiri. Beranjak dari sini, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai sistem marketing pada pembiayaan haji dan umroh di PT Arminaraka Perdana tersebut.

B. Pokok Masalah

Bersasarkan latar belakang masalah sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu: bagaimana tinjauan hukum islam terhadap program pembiayaan haji dan umroh melalui sistem multi level marketing?

C. Telaah pustaka

Pembahasan mengenai perkembangan bisnis dengan memanfaatkan sistem jaringan atau dengan sistem marketing, sejauh ini memang sudah cukup banyak tulisan yang bisa dijumpai. Baik pembahasan yang berbentuk penelitian lapangan maupun secara teoritik keilmuan. Diantaranya tulisan yang berbentuk penelitian lapangan adalah sebagai berikut:

Muhammad Yusuf dalam skripsinya yang berjudul “Sistem pembagian bonus pada Multi Level Marketing (Studi Kritis Hukum Islam Pada Tianshi Group)”. Dalam tulisannya menjelaskan dalam pembagian pendapatan yang diterapkan oleh perusahaan Tianshi berdasarkan kadar kerjanya.⁶ Fina Anggraeni dalam skripsinya yang berjudul “Bisnis Multi Level Marketing Di Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam”. Dalam tulisannya bisnis multi level marketing”

⁵ Benny Santoso. *All About MLM*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2003) , 65.

⁶ Muhammad Yusuf, “Sistem Pembagian Bonus Pada Multi level Marketing (Studi Kritis Hukum Islam Terhadap Pembagian Bonus Pada Tianshi Group),” *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,

dikatakan halal, kerana telah terpenuhinya unsur-unsur jual beli dan mendapat sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).⁷

Adapun penelitian yang berbentuk telaah pustaka diantaranya, Muqtadirul Aziz dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM)”. Dalam tulisannya menjelaskan mengenai rekrutmen dan akad dalam bisnis tersebut. Secara rekrutmen ia menjelaskan kurang sesuai dengan hukum Islam karena melanggar etika bisnis yang hanya berorientasi pada benefit material saja tanpa memikirkan non material juga secara akad terdapat unsur penipuan.⁸

Menyangkut pembahas mengenai pembiayaan haji dan umrah, sejauh ini penyusun tidak menemukan tulisan yang membahas tentang pembiayaan haji dan umrah. Apalagi yang pembahasan terkait pada sistem marketing terhadap pembiayaan haji dan umrah. Dengan demikian, penelitian yang mengkaji tentang tinjauan hukum Islam terhadap pembiayaan haji dan umroh melalui sistem marketing di PT Arminareka Perdana, sejauh ini belum pernah diangkat.

D. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) bersifat defkriptif analitik, yaitu memaparkan data-data yang ditemukan di lapangan dan menganalisisnya untuk mendapatkan kesimpulan yang benar dan akurat. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *preskriptif supling*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menilai tentang permasalahan yang menjadi objek penelitian, yaitu tentang pembiayaan haji dan umroh melalui sistem marketing di PT Arminareka Perdana yang selanjutnya membahas dan menilai penerapan sistem marketing dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

1. Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara (interview)

Dalam metode ini yaitu berupa komunikasi terhadap objek teliti yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang terkait. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dilakukan dengan bertanya langsung kepada informan dalam hal ini adalah pihak-pihak yang dapat memberikan data yaitu pihak PT Arminareka Perdana (Eko Priyanyo selaku perwakilan perusahaan di

⁷ Fina Anggraeni, “Bisnis Multi Level Marketing di Yogyakarta Dalam Perspektif Hukum Islam,” *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, (2007)

⁸ Muqtadirul Aziz, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM),” *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2011) .

Yogyakarta dan segenap karyawannya), yang terkait tentang pembiayaan haji dan umroh melalui sistem marketing tersebut.

b. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat, menyalin, dan menggunakan data-data atau dokumen perusahaan yang terkait dengan sistem marketing ini, guna untuk memperoleh data yang akurat untuk pemaparan data yang digunakan sebagai objek teliti.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif. Yaitu dengan cara mengkaji data sistem marketing pada pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana yang selanjutnya membahas dan menilai sistem marketing tersebut berdasarkan konsep fiqih dan kaidah-kaidah fiqih yang berlandaskan al-Qur'an dan al-Hadits

3. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam pembahasan skripsi ini menggunakan cara berfikir deduktif, yaitu analisis yang berangkat dari fakta yang bersifat umum untuk menemukan kesimpulan yang bersifat khusus. Dalam hal ini berpijak pada norma hukum Islam kemudian diterapkan untuk menganalisis pelaksanaan sistem marketing untuk pembiayaan haji dan umrah di PT Arrminareka Perdana.

E. Analisis Sistem Marketing Untuk Pembiayaan Haji dan Umrah di PT Arminaeka Perdana

1. Persamaan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) Dengan Sistem Pembiayaan Haji Dan Umrah Di PT Arminareka Perdana Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, terdapat penilaian di lapangan bahwa sistem marketing pada program pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana merupakan sistem *multi level marketing* (MLM). Penilaian masyarakat yang seperti inilah yang menjadi kendala, terutama tantangan bagi PT Arminareka Perdana dalam menawarkan sistem pembiayaan ini kepada masyarakat Islam pada umumnya. Hal ini dikarenakan bisnis dengan sistem *multi level marketing* (MLM) ini terdapat penilaian negatif pada sebagian masyarakat.

Penilaian negatif ini, sudah menjadi rahasia umum di masyarakat. Penilaian seperti ini bisa ditemukan diberbagai media, baik pada buku yang menentang bisnis MLM, maupun tulisan-tulisan *online* yang ditemukakan di internet. Di antara tulisan yang menulis sisi negatif bisnis pada sistem *multi level marketing* (MLM) ini, terdapat pada penelitian Muqtadirul Aziz yang dalam tulisannya jelas mengharamkan bisnis *multi level marketing* (MLM). Walaupun demikian, tidak sedikit juga orang yang sepakat akan penilain tersebut. Bahkan banyak juga tulisan yang menulis sisi positif dari bisnis *multi level marketing* (MLM) ini. Diantaranya buku yang menulis sisi positif dari bisnis *multi level marketing* (MLM) ini, yaitu : The Secret Book Of MLM, Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal yang ditulis oleh Tarmizi Yusuf, dan buku Fiqih Muamalat yang ditulis oleh Ahmad Wardi Muslich, di dalam bukunya Ahmad Wardi Muslich sempat menulis terdapat unsur *silaturrahmi*, *dakwah* dan *tarbiyah* dalam bisnis MLM.

Dari media yang bisa ditampilkan di atas, seolah-olah terdapat dua hukum dalam bisnis MLM, bisa halal dan bisa juga haram. Terlepas dari positif dan negatifnya MLM, penilaian terhadap sistem pembiayaan haji dan umrah inilah yang menjadi langkah awal penyusun dalam meninjau lebih lanjut permasalahan hukum pada sistem pembiayaan di PT Arminareka Perdana.

Untuk melihat pada suatu pembiayaan menggunakan sistem *multi level marketing* atau tidak, secara sederhana bisa dilihat bagaimana cara suatu perusahaan tersebut memasarkan produknya kepada suatu pasar itu sendiri.

Mengenai sistem pemasaran produk kepada konsumen, pakar marketing Don Faila membagi marketing kepada tiga bagian, yaitu : *retail* (eceran), *direct selling* (penjualan langsung kepada konsumen), dan *multi level marketing*.⁹ Dengan demikian, bisa dilihat bagaimana suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, apakah melalui jalur *retail* (eceran) dengan mengecerkkan produknya secara luas kepada konsumen, jalur *direct selling* dengan menjual langsung kepada konsumen tanpa melalui pengecer maupun distributor, atautkah dengan jalur *multi level marketing*, pemasaran dengan

memanfaatkan konsumen sebagai penyalur langsung.

Dari teori sistem *multi level marketing*, bila dihubungkan dengan data pada sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana terdapat beberapa persamaan. Persamaan tersebut, dikemukakan melalui tabel berikut :

⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), 613.

Ciri-Ciri Pemasaran Pada Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	Strategi Pemasaran Pembiayaan Haji Dan Umrah PT Arminareka Perdana
<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan konsumen sebagai penyalur langsung produk perusahaan. • Konsumen mendapatkan komisi dari perusahaan bila berhasil dalam menyalurkan produk perusahaan. • Konsumen yang mempromosikan sebelumnya, mendapatkan komisi, jika terdapat salah satu konsumen yang berhasil ia promosikan tersebut berhasil mempromosikan kembali kepada konsumen lain. • Perusahaan yang menggunakan sistem <i>multi level marketing</i> berbentuk formasi jaringan dengan skema tiga atau dua orang menurun ke bawah. Sehingga semakin banyak konsumen yang didapatkan, semakin melebar ke bawah formasi jaringan yang dimiliki. • Perusahaan yang menggunakan sistem <i>multi level marketing</i> biasanya didampingi <i>support system</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • PT Arminareka Perdana memberi peluang usaha kepada calon jamaahnya untuk mempromosikan kepada jamaah lain agar ikut bergabung menjadi calon jamaah haji / umrah di PT Arminareka Perdana. • PT Arminareka Perdana memberikan komisi kepada calon jamaah bila berhasil mempromosikan kepada jamaah lain, sehingga jamaah tersebut ikut bergabung menjadi calon jamaah haji / umrah di PT Arminareka Perdana. • PT Arminareka Perdana memberi komisi tambahan kepada calon jamaah yang promosikan sebelumnya. Apabila salah satu jamaah yang berhasil dipromosikan oleh calon jamaah sebelumnya tersebut berhasil mempromosikan kepada jamaah baru. Komisi ini terdapat pada komisi royalti dan komisi pasangan. • PT Arminareka Perdana juga menggunakan formasi tiga orang jamaah menurun kebawah. Semakin banyak jamaah yang ikut bergabung, maka akan semakin melebar ke bawah pula susunan formasi yang dimiliki. • KANZ sebagai <i>support system</i> PT Arminareka Perdana.

Dari beberapa konsep pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing* di atas, jelas terdapat persamaan pada sistem pemasaran sebagaimana yang digunakan pada pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana. Konsep *multi level marketing* pada dasarnya perusahaan menggunakan konsumen sebagai penyaluran langsung, sehingga tidak melalui jalur distributor maupun eceran dan tidak menggunakan media iklan. Karena konsumen itulah yang bertindak langsung sebagai distributor sekaligus sebagai iklan. Konsumen tersebut akan mendapatkan komisi dari perusahaan karena hasil dari promosi dan pengiklanan yang dilakukan konsumen tersebut dapat meningkatkan produktifitas pada perusahaan.

Selain itu, bila hasil dari promosi yang dilakukan konsumen tersebut mendapatkan konsumen baru dan konsumen baru tersebut mendapatkan konsumen baru pula, maka konsumen yang mempromosikan sebelumnya mendapatkan komisi tambahan dari perusahaan, inilah yang dinamakan **Multi Level**. *Multi level* berarti banyak dan berjenjang, dengan kata lain konsumen yang banyak dan berjenjang, dalam artian terdapat jenjang pada konsumen antara satu dengan yang lainnya. Semakin banyak konsumen yang memperoleh konsumen lainnya maka semakin banyak pula jenjang yang ia miliki, dan semakin banyak pula komisi tambahan yang akan ia peroleh. Begitu seterusnya.

Dalam PT Arminareka Perdana juga menggunakan sistem berjenjang. Ini terdapat pada komisi pasangan dan royalti. Komisi pasangan membentuk dua orang yang berada di bawahnya, dari dua orang inilah yang menjadi jalur bonus pasangan yang bakal diperoleh oleh jamaah yang mempromosikan sebelumnya. Dengan demikian agar bonus pasangan tetap terjadi maka harus terdapat produktifitas yang membuat pasangan-pasangan di bawahnya semakin banyak.

Begitu pula dengan bonus royalti. Jamaah yang mempromosikan sebelumnya akan mendapatkan komisi royalti bila jamaah yang ia promosikan tersebut mendapatkan jamaah baru. Begitu seterusnya. Komisi pasangan dan royalti berjalan dengan jalur tiga orang di bawahnya.

Dari pemaparan di atas, sangat jelas sekali bahwa sistem marketing pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana merupakan sistem pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing* (MLM). Dengan demikian, jika sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana merupakan pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing*, apabila dikaitkan dengan beberapa argumentasi pakar yang menjelaskan keharaman MLM, tentunya sangat dikhawatirkan bila terdapat sisi keharaman pada pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana.

Untuk melihat lebih jauh apakah terdapat sisi keharaman pada sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana, tentunya harus mengkaji terlebih dahulu apa sebenarnya yang menjadi keharaman pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing* ini. Sehingga bisa meninjau lebih jauh, adakah sifat-sifat yang menjadi keharaman dalam sistem marketing pembiayaan haji dan umrah di PT arminareka Perdana ini.

2. Tinjauan Sisi Keharaman *Multi Level Marketing* (MLM)

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa *multi level marketing* (MLM) hanyalah merupakan salah satu bentuk strategi dalam pemasaran. Di antara tiga bentuk marketing

sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Don Faila, strategi pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing* (MLM) ialah strategi pemasaran yang memanfaatkan konsumen sebagai pemasar atau penyalur langsung. Sebatas pengertian ini, tentunya tidak terdapat sisi negatif yang menjadi keharaman MLM. Karena sah-sah saja menggunakan konsumen sebagai penyalur langsung terhadap konsumen-konsumen lainnya. Konsumen selain berposisi sebagai pemakai tetapi ia juga dapat menikmati manfaat finansial dan berbentuk hadiah-hadiahnya yang disediakan oleh perusahaan. Tentunya ini sejalan lurus dengan nilai-nilai Islam yang berasas *ta'awun* (tolong-menolong) dan tidak mengelompokkan harta dikalangan orang-orang kaya saja, tetapi juga masyarakat kecil lainnya dilibatkan untuk menopang perekonomian mereka.

Dengan demikian, sistem marketing seperti ini boleh-boleh saja dilakukan. Selagi tidak terdapat dalil-dalil yang mengatakan keharamannya, yang terkait dengan pelaksanaan bisnis yang dilakukan. Hal ini, berdasarkan dengan kaidah fiqih:¹⁰

التحريم على الدليل يدل حتى الإباحة الأشياء في الأصل

Sepanjang perjalanan bisnis yang menggunakan sistem *multi level marketing* (MLM), memang terdapat beberapa argumentasi yang mengharamkan MLM. Diantara dalil yang mendasari argumentasi tersebut yaitu hadits yang diriwayatkan oleh Ahmad, at-Turmidzi, an-Nasa'i dan Ibnu Hibban: "Nabi SAW telah melarang dua pembelian dalam satu pembelian".¹¹

Keterkaitan argumentasi di atas dengan MLM, bahwa dalam memanfaatkan konsumen sebagai penyalur langsung, konsumen harus menyalurkan sebanyak-banyaknya kepada konsumen lain, agar mendapatkan komisi yang besar dari perusahaan. Begitu juga dengan konsumen yang telah disalurkan oleh konsumen sebelumnya, ia juga akan menyalurkan kepada konsumen lain sebanyak-banyaknya agar mendapat komisi yang besar juga oleh perusahaan, dan begitu hingga seterusnya.

Dalam hal menyalurkan sebanyak-banyaknya kepada konsumen ini, seringkali yang menjadi orientasi dalam strategi sistem *multi level marketing* (MLM) ini adalah mengorientasikan pada komisi. Dalam hal ini, pada prakteknya seringkali menjadikan komisi sebagai iklan agar konsumen tertarik untuk bergabung menjalankan bisnis ini. Karena dengan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya agar ikut bergabung menggunakan sistem inilah

¹⁰ H. A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, (Jakarta: Kencana, 2006), 52.

¹¹ Ibnu Hajar al-Ashqolani, *Bulughul Maram, bab jual beli*, alih bahasa Abu Mujaddidul Islam Mafa, (Surabaya: Gitamedia press, 2006), 380

akan mendapatkan komisi yang melimpah dari perusahaan. Dalam hal untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyak ini, maka terjadilah rekrutmen. Rekrutmen agar ikut bergabung pada sistem yang ditawarkan, yang berarti

menjadi member, bagian dari jaringan.

Praktek seperti ini, terdapat dua kepentingan. Kepentingan pertama, perusahaan ingin meningkatkan penjualan produk, kepantingan kedua, konsumen ingin mendapatkan komisi dari perusahaan. Kedua kepentingan ini saling mengikat, sehingga melahirkan dua posisi dalam satu akad. Pertama, posisi konsumen sebagai pembeli, kedua posisi konsumen sebagai makelar. Untuk bergabung ke dalam sistem jaringan, setiap perusahaan *multi level marketing* (MLM) mempunyai cara yang berberda. Tetapi pada dasarnya konsumen tersebut harus membeli dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan agar bisa berposisi sebagai makelar dari perusahaan. Agar konsumen tertarik untuk bergabung, maka diiming-imngilah konsumen tersebut dengan komisi yang akan didapatkan.

Dengan ditawarkan komisi yang sangat besar, tentunya konsumen sangat tertarik, sehingga konsumen tersebut rela mengeluarkan uangnya dengan nilai yang cukup besar sekalipun untuk membeli produk tersebut agar bisa ikut bergabung dalam sistem jaringan yang menjadi usaha yang bakal mereka diperoleh. Keharusan membeli inilah merupakan persyaratan untuk bertindak sebagai makelar. Dengan demikian, praktek di atas, terdapat dua kepentingan yang menjadi dua akad dalam satu transaksi. Keharusan yang mengikat dengan bentuk mengeluarkan uang dengan sejumlah tertentu agar bisa berposisi sebagai makelar inilah yang menjadi larangan dalam satu transaksi jual beli.

Argumentasi selanjutnya, yang mendasari sisi keharaman *multi level marketing* (MLM), yaitu terdapat pemakelar di atas makelar, atau *samsarah 'ala samsarah*. Istilah *samsarah* atau disebut *simsar*, menurut Sayid Sabiq dalam catatan kakinya pengertian *simsar* yaitu:¹²

البيع عملية لتسهيل والمشتري البائع بين يتوسط الذي هو ألسمسار

Pengertian *samsarah* di atas, *samsrah* merupakan perantara antara penjual dan pembeli untuk melangsungkan jual beli. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sifat bisnis *multi level marketing* (MLM), harus mendapatkan konsumen baru. Konsumen baru tersebut harus

¹² Sayid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, juz III, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1981), hlm. 141

mendapatkan konsumen yang baru pula, konsumen yang baru didapatkan tersebutpun harus mendapatkan konsumen yang baru juga, begitu seterusnya. Bentuk proses yang harus mendapatkan konsumen baru dari masing-masing konsumen tersebut, merupakan sikap perekrutan yang dilakukan oleh masing-masing konsumen yang ikut bergabung dalam struktur jaringan. Sehingga dalam praktek seperti ini, akan terjadi sikap antara *samsarah 'ala samsarah*. Karena, ketika *samsarah* kesulitan untuk mendapatkan member (*downline*) yang baru, *samsarah* tersebut akan melibatkan *samsarah-samsarah* terdahulunya, untuk membatu membantu mendapatkan member yang baru, baik berupa motivasi maupun presentasi.

Dari pembahasan tentang *samsarah* di atas, sebagaimana disimpulkan bahwa *samsarah* adalah pemakelar yang menjadi perantara untuk mempertemukan antara kepentingan penjual dengan pembeli, bukan yang dilakukan terhadap pembeli kepada sesama makelar-makelar lainnya. Oleh sebab itu *samsarah 'ala samsarah* tidak boleh dilakukan. Karena seharusnya kedudukan mekelar itu adalah orang tengah yang mempertemukan dua kepentingan yang berbeda, yaitu kepentingan penjual dan kepentingan pembeli. Jika posisi mekelar tersebut menjadi penengah orang tengah, atau menjadi penguat penjual baik secara moril maupun psikologis, maka statusnya tidak lagi sebagai makelar. Sehingga gugurlah kedudukannya sebagai makelar atau perantara. Demikian ini yang menjadi argumentasi yang mendasari keharaman terhadap pemasaran yang menggunakan sistem *multi level marketing* (MLM).

Dari beberapa argumentasi yang mendasari keharaman terhadap bisnis *multi level marketing* (MLM) di atas, terdapat beberapa hal yang harus diluruskan. Sehingga bisa terlepas dari segala hal-hal yang menyebabkan keharaman terhadap bisnis *multi level marketing* (MLM). Untuk meluruskan hal tersebut, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan. Yaitu :

a. Dari Segi Akad.

Dari segi akad, berdasarkan hadits yang telah diungkapkan di atas, sebagaimana yang dijelaskan oleh Imam Syafi'i bahwa maksud kedua akad tersebut merupakan dua akad yang terdapat persyaratan yang harus dipenuhi satu sama lain agar terlaksananya transaksi. Imam Syafi'i mencontohkan transaksi tersebut dengan kata-kata :

“saya akan menjual rumahku dengan harga sekian dengan syarat engkau harus menjual budakmu kepadaku dengan harga sekian pokoknya kalau engkau menjual budakmu kepadaku, maka rumahku akan ku jual kepadamu”.

Selanjutnya Imam Syafi'i mengatakan: "inilah pemisah akad jual beli dengan tanpa harga pasti dan keduanya tidak tahu secara pasti akan jual belinya".¹³ Ini merupakan persyaratan yang memaksa agar terlaksananya satu transaksi, dan menimbulkan *gharar*. Keterkaitan yang memaksa inilah yang tidak boleh dilakukan dalam suatu akad. Sehingga untuk menghilangkan sisi keharaman terhadap sistem *multi level marketing* (MLM) yang menjadi penyebab keterkaitan memaksa antara dua akad terhadap suatu transaksi tersebut harus dihilangkan. Terlebih *gharar* bisa mengakibatkan salah satu diantara keduanya yang bertransaksi merasa dirugikan.

Untuk menghilangkan penyebab tersebut, tentu harus mengetahui apa yang menjadi keterkaitan memaksa dan *gharar* dalam sistem bisnis *multi level marketing* (MLM). Dalam praktek bisnis *multi level marketing* (MLM) sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, berorientasikan kepada bagaimana konsumen agar ingin berposisi menjadi pembeli sekaligus penyalur produk suatu perusahaan MLM. Agar konsumen berkeinginan menjadi penyalur sekaligus pembeli, maka dijanjikanlah komisi yang besar yang akan didapatkan bila konsumen menjalaninya. Sehingga dalam praktek pemasaran perusahaan MLM, seringkali menyodorkan komisi terlebih dahulu, dari pada produk yang ditawarkan.

Dengan ketertarikan terhadap komisi yang besar, mengakibatkan konsumen rela mengeluarkan uang untuk membeli produk perusahaan dengan dana yang cukup besar agar bisa berposisi menjadi penyalur perusahaan MLM. Inilah yang menjadi ketidakjelasan (*gharar*) dan keterkaitan memaksa dalam akad transaksi bisnis MLM. Beranjak dari sinilah yang mengandung unsur *gharar* dan dua akad dalam satu transaksi pada bisnis *multi level marketing* (MLM). Dua akad dalam satu transaksi ini terletak pada misi komisi yang menjadi pembelian, akibatnya objek tidak diperhatikan. Sehingga tidak menutup kemungkinan, ketika misi komisi tidak didapatkan, maka menimbulkan kerugian terhadap uang yang telah dikeluarkan. Karena uang yang telah dikeluarkan bukan menjadi kepuasan terhadap barang yang telah belikan. Pembeli membeli produk bukan karena produknya tetapi karena komisi yang akan didapatkan. Dan perusahaan memberi komisi terhadap konsumen agar semakin bertambahnya pemasukan dana kepada perusahaan. Praktek seperti ini membuat batalnya transaksi jual beli. Karena, produk lebih cenderung sebagai formalitas untuk keberlangsungan jual beli, sementara yang menjadi tujuan sebenarnya adalah berorientasi pada *benefit materiil* semata, yang akan diperoleh bagi

¹³ Penjelasan hadits 1248 jilid II, oleh Imam al-Hafizh Abu Isa Muhammad bin Isa Bin Surah at-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidz*, alih bahasa Moh. Zuhri. TAFL, dkk (Semarang: CV Asy-Syifa' 1992), 581

perusahaan maupun konsumen yang bergabung menjalankan bisnis MLM ini. Orientasi seperti ini, sama saja dengan *money game*. Dengan kata lain *multi level marketing* (MLM) yang berkedok *money game*. Padahal *money game* telah jelas dinyatakan keharamannya oleh Ulama.¹⁴

Dengan demikian jelas sudah, bahwa dalam sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh melanggar hukum jual beli itu sendiri. Karena pada prinsipnya, tiga bentuk sistem marketing sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya pada prakteknya adalah jual beli. Marketing hanyalah bentuk dari strategi jual beli itu sendiri.

Bila berdasarkan jual beli, maka sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh menjadikan komisi sebagai orientasi dalam jual beli. Melainkan harus mencukupi syarat dan rukun dari jual beli itu sendiri. Sehingga perusahaan *multi level marketing* (MLM) tidak boleh meletakkan harga yang tinggi yang tidak sesuai dengan nilai produknya, apalagi dengan menggabungkan dana administrasi sebagai member jaringan terhadap penjualan produk. Bila perusahaan MLM dalam setiap penjualan menggabungkan dana tambahan berupa member sebagai jaringan, maka secara tidak langsung telah menggunakan dua akad dalam satu transaksi. Kerena persyaratan pembelian harus menjadi mekelar, mengorientasikan penjualan pada iming-iming komisi. Sehingga melupakan hakikatnya produk sebagai kewajiban serah terima antara penjual dan pembeli.

Singkatnya, bila seorang pembeli merasa puas terhadap produk yang ia belikan, maka tentunya tidak akan melibatkan perihal komisi yang membuat bakal terjadinya transaksi. sehingga tidak akan terjadinya orientasi perekrutan untuk mendapatkan komisi demi menutupi ketidakpuasan terhadap produk penjualan.

b. Dari segi *samsarah*

Di antara argumentasi yang mendasari keharaman terhadap bisnis *multilevel marketing* (MLM) karena terdapat *samsarah 'ala samsarah*. Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa yang mendasari terjadinya *samsarah 'ala samsarah* terhadap sistem *multi level marketing* (MLM) dikarenakan adanya keterikatan untuk menemukan konsumen yang baru. Disaat *samsarah* kesulitan untuk mengajak konsumen yang baru untuk bergabung, seringkali *samsarah*

¹⁴ *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau pengandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan / pendaftaran Mitra usaha yang baru /bergabung kemudian, dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari dari hasil pejualan produk namun produk yang dijual tersebut hanyalah kamufase atau tidak mempunyai mutu / kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Lihat Dewan Syariah Nasional MUI No. 75 Tahun 2009.

mempertemukan konsumen kepada *samsarah* lainnya. Dalam praktek ini, bertujuan memberi dukungan berupa moril maupun psikologis terhadap *samsarah* disaat menghadapi konsumen yang baru. Dukungan berupa moril maupun psikologis yang diberikan *samsarah* terhadap *samsarah* yang sedang menghadapi konsumen, sangat memberi pengaruh yang besar, terutama pada konsumen yang sedang dihadapi tersebut. Sehingga dalam praktek ini *samsarah* bersifat subjektif. Dengan dukungan yang kuat dari para *samsarah* berupa moril maupun psikologis, membuat konsumen berminat untuk bergabung menjalankan bisnis MLM. Setelah konsumen tersebut bergabung, maka konsumen tersebut akan mengulangi hal yang sama terhadap konsumen yang akan didapatkannya, begitu hingga seterusnya. Sehingga dalam praktek ini, seperti mata rantai yang saling mengaitkan dan menguatkan dari anggota yang paling atas, sampai anggota yang paling bawah. Praktek seperti ini terjadi bukan berorientasi terhadap produk penjualan, melainkan terhadap misi komisi yang akan didapatkan. Karena, *samsarah* tidak berwenang terhadap interen perusahaan menyangkut penjualan produk, melainkan *samsarah* hanya diberi mandat untuk memasarkan produk, dengan imbalan komisi yang besar yang dijanjikan oleh perusahaan.

Inilah yang mengidenikkan *samsarah* dalam bisnis *multi level marketing* (MLM) menjadi sebuah keharusan dalam bisnis *multi level marketing* (MLM). Praktek *samsarah* di atas, menunjukkan terdapat ikatan psikologis antara *samsarah* di bawah dengan *samsarah* yang di atasnya. Dalam hal ini, sangat jelas yang menjadi ikatan psikologis antara *samsarah* di bawah dengan *samsarah* yang di atasnya ini berbuntut komisi. Karena *samsarah* yang masih berada di bawah ingin merasakan juga menjadi *samsarah* yang di atas yang telah menerima banyak komisi dari perusahaan, sebagaimana yang telah diiming-imingkan sewaktu konsumen tersebut diajak untuk bergabung menjalankan sistem jaringan ini.

Inilah yang menjadi tuntutan psikologis bagi pembisnis MLM. Tuntutan pada awalnya dimana konsumen harus mencari konsumen baru, yang bertujuan untuk menutupi atas uang yang telah dikeluarkan sewaktu mendaftar menjadi anggota jaringan. Tuntutan seperti inilah yang harus dihindari dalam bisnis *multi level marketing* (MLM). Karena pada dasarnya *samsarah* bukan merupakan tuntutan, tetapi merupakan kebutuhan dan keinginan bagi konsumen bisnis *multi level marketing* (MLM) yang berminat menjalankannya.

Untuk menghindari yang menjadi keterikatan *samsarah* 'ala *samsarah* tersebut, pada dasarnya haruslah memenuhi hukum jual beli dalam sistem bisnis *multi level marketing* (MLM).

Dengan memenuhi hukum jual beli, maka kemungkinan *samsarah 'ala samsarah* tidak akan terjadi. Pada dasarnya *samsarah 'ala samsarah* itu terjadi karena tidak tercukupinya hukum jual beli itu sendiri.

Dengan tidak tecukupinya hukum jual beli, sehingga membuat konsumen harus bertindak sebagaimana pada akad yang kedua berupa misi komisi yang akan didapatkan. Karena pada hakikatnya, ketika hak penjual dan pembeli telah terpenuhi dalam transaksi jual beli, maka antara penjual dan pembeli tidak akan terjadi saling komplain antara penjual dan pembeli itu sendiri. Ketika ketika hak konsumen sebagai pembeli telah terpenuhi seutuhnya, baik dari sisi manfaat maupun dari sisi uang yang telah dikeluarkan, dan saling meridhoi antara penjual dan pembeli, tentunya konsumen tersebut tidak akan bertindak seperti *samsarah 'ala samsah*. *Samsarah* hanyalah keinginan bagi konsumen yang ingin menjalankannya. Karena *samsarah 'ala samsarah* menjadi tuntutan untuk memperoleh komisi, atau untuk menutupi pembelian yang telah ia keluarkan (administrari menjadi member jaringan).

Dari pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa keharaman terhadap sistem *multi level marketing* (MLM) tergantung pada sistem *multi level marketing* (MLM) pada perusahaan itu sendiri. Suatu perusahaan dalam sistem *multi level marketing* (MLM) pada dasarnya bisa mengatur untuk mencegah keharaman tersebut agar tidak terhadap dalam sistem marketing pada perusahaan.

3. Tinjauan Sisi Keharaman MLM Terhadap Sistem Pembiayaan Haji dan Umrah Di PT Arminareka Perdana

Berdasarkan penjelasan di atas, mengenai tinjauan terhadap keharaman sistem *multi level marketing* (MLM), terdapat pelanggaran terhadap hukum jual beli. Karena pada dasarnya, sistem *multi level marketing* (MLM) merupakan strategi dari jual beli itu sendiri. Dengan demikian, untuk menjaga agar sistem *multi level marketing* (MLM) tidak terkotori dengan segala hal yang bisa mengharamkan maka harus memenuhi beberapa kreteria. Yaitu :

- a. Dalam sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh menjual produk yang dilarang oleh syariat.
- b. Dalam orientasi Sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh melebihi orientasi komisi dari pada produk yang dipasarkan.

- c. Sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh menjadikan produk penjualan sebagai formalitas untuk penunjang kepentingan sistem jaringan.
- d. Sistem *multi level marketing* (MLM) tidak boleh menjual dengan harga tinggi yang tidak sebanding dengan nilai produk, karena terkait sistem jaringan.
- e. Sistem *multi level marketing* (MLM) memungut dana tambahan untuk menjadi member sistem jaringan. Karena makelar merupakan ijarah dari perusahaan terhadap konsumen, jadi konsumen tidak perlu membayar baik berupa izin maupun administrasi kepada perusahaan untuk menjadi makelar.
- f. Dalam penjualan produk, perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen.

Beberapa poin di atas, merupakan poin pokok yang harus diperhatikan agar tidak terjadi pelencengan di dalam *multi level marketing* (MLM). Dengan menjaga menjaga poin di atas, tentunya etika bisnis lebih diperhatikan. Dalam praktek jual beli sering terjadi pelanggaran etika bisnis, apalagi dalam praktek sistem *multi level marketing* (MLM) yang memanfaatkan konsumen sebagai penyalur rangkaian produksi.

Untuk melihat apakah terdapat unsur-unsur yang dilarang oleh syara' terhadap sistem marketing pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana, tentunya harus melihat adakah terdapat sisi-sisi yang menjadi keharaman sistem *multi level marketing* (MLM) di dalam sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana. Mengenai sistem pembiayaan haji dan umrah ini telah dijelaskan.

Perbandingan antara sisi keharaman sistem *multi level marketing* (MLM) dengan sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana, dapat dijelaskan melalui tabel berikut :

PERBANDINGAN	
Sisi Keharaman Pada Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	Sistem Pembiayaan Haji Dan Umrah PT Arminareka Perdana
Produk perusahaan sistem <i>multi level marketing</i> (MLM) tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam	PT Arminareka Perdana memasarkan jasa pemberangkatan haji dan umrah. Penggunaan terhadap jasa boleh dilakukan. Selama jasa tersebut tidak digunakan untuk perbuatan yang melanggar syariah.
Orientasi Sistem <i>multi level marketing</i> (MLM) tidak boleh melebihi orientasi komisi dari pada produk yang dipasarkan.	PT Arminareka Perdana membuat program solusi untuk mengajak seluruh ummat muslim yang terkendala pada biaya, agar dapat melaksanakan ibadah haji dan umrah
Sistem <i>multi level marketing</i> (MLM) tidak boleh menjadikan produk penjualan sebagai formalitas untuk menunjang kepentingan sistem	Produk yang digunakan pada PT Arminareka Perdana berupa jasa pemberangkatan haji dan Umrah terbukti menjadi tujuan perusahaan,

jaringan.	yang telah berhasil memberangkatkan lebih dari dua puluh ribu jamaah.
Sistem <i>multi level marketing</i> (MLM) tidak boleh menjual dengan harga tinggi yang tidak sebanding dengan nilai produk, karena terkait sistem jaringan.	PT Arminareka Perdana menjual jasa pemberangkatannya sesuai dengan biaya pemberangkatan yang diperlukan, sebagaimana biaya jamaah haji Indonesia lainnya.
Sistem <i>multi level marketing</i> (MLM) memungut dana tambahan untuk menjadi member sistem jaringan. Karena makelar merupakan ijarah dari perusahaan terhadap konsumen, jadi konsumen tidak perlu membayar baik berupa izin maupun administrasi kepada perusahaan untuk menjadi makelar.	Sistem pembiayaan haji dan umrah PT Arminareka Perdana tidak memungut dana tambahan terkait sistem jaringan yang digunakan. Hal ini, terkait pada biaya DP pemberangkatan yang dikeluarkan jamaah bukanlah dana tambahan untuk kepentingan perusahaan, melainkan untuk kepentingan calon jamaah haji itu sendiri, sebagai dana tabungan untuk biaya pemberangkatan haji / umrah. Dengan kata lain, biaya DP yang telah dikeluarkan jamaah berstatus aktif terdaftar sebagai calon jamaah haji dan umrah di PT Arminareka Perdana. Tidak terbatas oleh waktu, biasa diserahkan, dan bisa diwariskan.
Dalam penjualan produk, perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen.	Layanan jasa pemberangkatan haji dan umrah yang diselenggarakan PT Arminareka Perdana, sangat memerhatikan keselamatan jamaah. Dalam hal ini, mengenai pemberangkatan haji dan umrah yang diselenggarakan PT Arminareka Perdana tetap tunduk di bawah naungan pemerintah Republik Indonesia, terutama mengenai izin pasport dan kuota pemberangkatan pada setiap Negara. PT Arminareka Perdana juga menyediakan asuransi kecelakaan diri megalife unit syariah, serta souvenir-souvenir yang diperlukan dalam keberangkatan dan juga mengakomodasi hotel-hotel untuk penginapan jamaah di Madinah, Makkah, dan di Jeddah.

Melihat pemaparan melalui tabel di atas, dapat diketahui perbedaan antara sisi keharaman bisnis *multi level marketing* (MLM) dengan sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana. Dengan perbedaan tersebut dapat diketahui tidak terdapat sisi negatif yang menjadi keharaman bisnis *multi level marketing* (MLM) terhadap sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana.

Sisi keharaman sistem *multi level marketing* (MLM) yang tidak terdapat pada program solusi pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana pada dasarnya, karena tidak

terdapat pelanggaran ijarah terhadap praktek akad yang digunakan pada sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana.

Akad ijarah pada dasarnya, akad untuk memperoleh manfaat. Jamaah menggunakan manfaat atas pemberangkatan haji / umrah yang diselenggarakan oleh PT Arminareka Perdana. Begitu pula dengan sistem pembiayaan haji dan umrah, PT Arminareka perdana menggunakan manfaat atas jamaah yang jamaah yang memakelari jasa penyelenggara pemberangkatan haji dan umrah. Terkecuali bila dalam dalam praktek ini terdapat hal-hal yang tidak mencukupi terhadap syarat-syarat dalam rukun ijarah.

Syarat-syarat dalam rukun ijarah dilihat dari tiga sisi. Sisi yang pertama *alaqidain*, yakni dua belah pihak yang bertransaksi. Dalam hal ini, jamaah yang ikut bertransaksi yang menggunakan program solusi ini harus cakap hukum. Dalam artian sudah terpenuhinya *ahliyatul wujub* pada diri calon jamaah tersebut. Sehingga ia memahami maksud hukum yang dibentuk dari transaksi tersebut.

Kedua dari sisi objek akad. Dalam hal ini, akad ijarah yang digunakan bisa dikatakan sah selagi tidak terdapat kecacatan pada objek akad tersebut. Seperti hasil usaha yang menjadi hak calon jamaah tidak bisa ditunaikan oleh perusahaan. Atau sebaliknya calon jamaah yang sudah terdaftar untuk keberangkatan haji / umrah tidak bisa diberangkatkan oleh perusahaan atau perusahaan memberi syarat tertentu terkait haknya calon jamaah yang seharusnya tidak diperlukan untuk keberangkatan jamaah dalam menunaikan ibadah haji umrah.

Dari sisi kesepakatan (ijab dan qabul). Dalam kesepakatan ini terdapatnya keridhoan dari hati calon jamaah untuk ikut bergabung menjadi calon jamaah haji / umrah di PT Arminareka Perdana. Sehingga calon jamaah tidak boleh terdapat unsur paksaan dari luar yang sebenarnya transaksi tersebut bertentangan dengan hatinya. Atau calon jamaah mendapat pengaruh dari luar yang bersifat mempengaruhi hati dan pikiran yang digunakan oleh yang mensponsori agar orang yang disponsori tersebut mau bergabung menjadi calon jamaah haji /umrah di PT Arminareka Perdana.

Dengan menjaga tiga sisi yang menjadi syarat-syarat dalam rukun ijarah tersebut, tentunya akan menjaga kebersihan dalam transaksi ijarah, Terutama pada syarat ijab kabul tersebut. karena bila tidak memenuhi syarat dalam ijab qobul tersebut tentu akan mengundang pelanggaran terhadap etika bisnis yang membentuk kekuatan untuk mempengaruhi orang-orang agar bergabung menjadi calon jamaah. Sehingga dalam praktek seperti ini, telah merubah urgensi

dari program solusi ini yang bertujuan untuk memudahkan bagi ummat Islam menunaikan ibadah haji / umrah.

Praktek ijarah pada pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana, dengan menjaga agar terhindari dari keharaman yang bisa timbul pada strategi marketing, dan menjaga syarat-syarat dalam rukun ijarah, maka tidak terdapat unsur keterikatan kepentingan yang menginterfensi terhadap pelaksanaan transaksi ijarah tersebut. Dana terkait pada pembayaran DP pemberangkatan yang dikeluarkan oleh calon jamaah bukanlah untuk persyaratan memenuhi progam solusi, melainkan kebutuhan biaya jamaah-jamaah untuk keberangkatan haji / umrah itu sendiri. Sehingga biaya pendaftaran yang digunakan menjadi calon jamaah haji dapat terpenuhi dan dimanfaatkan. Hal ini, kiranya selaras dengan kaidah fikih :¹⁵

جائز فهو مقتضاه من أو العقد مصلحة من كان شرط كل

F. Penutup

1. Kesimpulan

Setelah penyusun mengkaji dan menganalisis terhadap sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana, sebagaimana yang ditarik pada pokok masalah pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Sistem pemasaran PT Arminareka Perdana terhadap pembayaan haji dan umrah merupakan strategi dari sistem *multi level marketing* (MLM). Karena pada dasarnya sistem *multi level marketing* (MLM) merupakan strategi pemasaran, yang tidak melewati jalur *retail* (eceran), *direct selling* (penjualan langsung kepada konsumen), melainkan menggunakan konsumen sebagai penyalur langsung. Sistem pembiayaan haji dan umrah pada program solusi PT Arminareka perdana, menawarkan program solusi ini kepada jamaah untuk memasarkan program ini kepada jamaah lain, agar jamaah lain juga bisa menggunakan dan menjalankan program solusi ini. Proses seperti ini menjadikan jamaah sebagai penyalur langsung untuk memasarkan produk perusahaan berupa jasa layanan pemberangkatan haji dan umrah. Dalam praktek ini, jamaah akan diberikan komisi oleh PT Arminareka Perdana atas jasa penyaluran dan iklan yang telah dilakukan oleh jamaah dalam memasarkan produk perusahaan. Atas penyaluran dan iklan yang dilakukan

¹⁵ H. A. Djazuli, *kaidah-kaidah fikih*, (Jakarta: Kencana Prenad Media Group, 2006), hlm. 137.

jamaah sehingga melahirkan jamaah-jamaah yang lain maka jamaah yang mengiklankan tersebut akan mendapatkan komisi tambahan berupa *reward* dan komisi royalti. Inilah yang merupakan sistem *multi level* dalam strategi marketing.

- b. Sistem *multi level marketing* (MLM) pada dasarnya hukumnya mubah. Akan tetapi kemubahan dalam *multi level marketing* (MLM) bisa berubah menjadi haram jika kemubahan tersebut diisi dengan segala hal yang bersifat mengharamkan. Dalam hal ini, tergantung pada praktek bagaimana yang terjadi dilapangan, apakah dari konsep yang mubah itu diisi dengan sifatsifat yang bisa mengharamkan. Perusahaan mempunyai loyalitas yang penuh untuk mengatur dalam sistem *multi level marketing* (MLM) yang digunakan agar tidak terjerumus kepada sifat-sifat yang bisa mengharamkan. Seperti menjauhi *gharar* dan spekulasi.
- c. Sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka perdana tidak terdapat unsur-unsur yang mengharamkan yang terjadi pada sisi keharaman bisnis *multi level marketing* (MLM). Sisi keharaman yang terjadi pada bisnis *multi level marketing* (MLM) pada dasarnya karena tidak terpenuhinya secara nilai terhadap objek akad yang ditransaksikan. Dengan tidak terpenuhinya secara nilai terhadap objek yang ditransaksikan maka menimbulkan tanggungan batin yang harus terpenuhi, sehingga menimbulkan *samsarah 'ala samsarah*. Secara nilai terhadap objek akad yang ditransaksikan pada sistem pembiayaan haji dan umrah di PT Arminareka Perdana sangat tercukupi. Sehingga tidak terdapat unsur *gharar* yang bisa menyebabkan kerugian secara nilai terhadap objek yang ditransaksikan oleh jamaah. Sehingga menimbulkan tuntutan batin yang melahirkan *samsarah 'ala samsarah*.

B. Saran-saran

Dalam praktek bisnis, sangat rentan sekali terjadinya pelanggaran terhadap etika bisnis, apalagi terhadap bisnis yang berbasis sistem network marketing. Dalam sistem bisnis seperti ini, yang sering menjadi pelanggaran dalam etika bisnis terdapat pada orientasi pemasaran. Sering kali pemasaran yang terjadi pada bisnis *multi level marketing* (MLM) berorientasi pada *benefit material* saja, sehingga semangat yang dikeluarkan bukan semangat terhadap objek akad yang menjadi transaksi, melainkan nilai keuntungan yang bisa diperoleh. Akibatnya objek akad yang menjadi transaksi dinomor duakan.

PT Arminareka Perdana disarankan untuk menghindari hal yang demikian. Sehingga yang menjadi semangat jamaah untuk menjalankan program solusi ini, tidak hanya bertumpu pada komisi semata, melainkan untuk menunaikan ibadah haji / umrah yang menjadi tujuan. Dalam hal ini KANZ sebagai *suppoter sistem* yang menaungi tidak memberi sikap yang berlebihan terhadap pendapatan material yang didapat, mengalahkan tujuan yang menjadi program solusi untuk menunaikan ibadah haji dan umrah, karena dikhawatirkan akan mengotori niat suci dari para jamaah untuk menunaikan rukun Islam yang kelima, maupun menunaikan ibadah umrah. Untuk menjaga hal ini, tentunya PT Arminareka Utama Sukses dan KANZ harus menghindari hal-hal yang bisa menimbulkan keharaman pada sistem marketing sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya dan juga harus memperhatikan syarat-syarat dalam rukun ijarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Asjmuni, *Qaidah-qaidah Fiqih*, Jakarta: Bulan Bintang, 1976
- Abdurrahman, Zen, *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*, Yogyakarta: DIVA Pres, 2011.
- Afandi, Yazid, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Logung pustaka, 2009
- Ahmad Mudjab Mahalli, Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadits-hadits Muttafaq 'Alaih*, Jakarta: Prenada Media, 2004
- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad, *Fikih Ekonomi Umar din Al-Khathab*, alih bahasa Asmuni Solihan Zamakhsyari, Jakarta: Khalifa, 2010.
- Alma, Buchari, Priansa, Donni Juli, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Antisipatif*, Jakarta: Raja Grafindo Prasada.
- Anwar, Syamsul, *Hukum Perjanjian Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- As-Sabatin, Yusuf, *Bisnis Islam & Kritik Atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*, Bogor: Al-Azhar press, 2011.
- Darus Badruzman, Mariam, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001
- Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media Group
- Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Djuwaini, Dimyauddin, *Pengantar Fiqh Muamalat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Fina Anggraeni, "Bisnis Multi Level Marketing di Yogyakarta Dalam Perspektif Hukum Islam," *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia (2007).
- Harefa, Andrias, *Menapaki Jalan DS-MLM*, Yogyakarta, Gradien Books, 2007
- Ibnu Hajar Al-Ashqolani, *Fathul Baari*, alih bahasa Amuruddin, Jilid 13 *kitabul ijarah*, Jakarta: Pustaka Azam, 2010
- Imam al-Hafizh Abu Isa Muhammad bin Isa Bin Surah at-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidz*, alih bahasa Moh. Zuhri. TAFL, dkk Semarang: CV Asy-Syifa', 1992
- Kamaluddin, Undang Ahmad, dan Alfa, Muhammad, *Etika Manajemen Islam*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Kartajaya, Hermawan, dan Sula, Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Kurdi Fadal, Moh, *Kaidah-kaidah Fikih* Jakarta: CV Artha Rivera, 2008
- MLM Leaders, *The Secret Book Of MLM*, editor Irwan Sapari, Surabaya: MIC, 2007.
- Muhammad Astro Muhammad, Kholid, *Fiqh Perbankan*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Ringkasan Shahih Bukhari*, Jakarta: Pustaka Azam, 2007

- Muqtadhirul aziz, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM)," *Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* (2011)
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Praja, Jahaya, S, *Filsafat Hukum Islam*, Bandung: Yayasan Piara, 1993
- Santoso, Benny, *All About MLM*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2003
- Sayid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, juz III, Beirut: Dar Al-Fikr, 1981.
- Soemardji Nitisemito, Alex, *Marketing*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Syafei, Rachmat *Fiqh Muamalat* Bandung: Pustaka Setia, 2001
- Trim, Bambang, *Business Wisdom Of Muhammad SAW*, Bandung: PT Karya Kita, 2008.
- Yusuf, Tarmizi, *MLM Tempat Mewujudkan Mimpi Anda*, Jakarta: Alex Media Komputindo, 2001.
- Yusuf, Tarmizi, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, Jakarta: Alex Media Komputindo, 2000.
- Zuhri, Muh, *Riba Dalam Al-Qur'an dan Masalah Perbankan: Sebuah Tilikan*