

# **SKRIPSI**

## **MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009**

**(Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)  
Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur)**

Oleh:

LIVA REGIANA

NPM : 13112389



Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

Fakultas : Syari'ah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**METRO**

**1439 H / 2017 M**

**MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF  
FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN  
MUI/VII/2009**

(Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab.  
Pekalongan, Lampung Timur)

Di Ajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Oleh :

LIVA REGIANA

NPM : 13112389

Pembimbing I : Drs. H. M. Saleh, MA

Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

Fakultas : Syari'ah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**METRO**

**1439 H / 2017 M**

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur)**

Nama : **Liva Regiana**  
NPM : 13112389  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Fakultas : Syariah

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



**Drs. H. M. Saleh, M.A**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Metro, Oktober 2017  
Pembimbing II



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah  
Saudari Liva Regiana

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudari:

Nama : **Liva Regiana**  
NPM : 13112389  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Fakultas : Syariah  
Judul : **MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat dimunaqosyahkan Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Drs. H. M. Saleh, M.A**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Metro, Oktober 2017  
Pembimbing II



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B-638/III.28.2/P/PP.005/10/2017

Skripsi dengan Judul: MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur), disusun oleh Liva Regiana, NPM.13112389, Jurusan: Hukum Ekonomi Syariah (HESy) telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Syariah pada hari/tanggal: Rabu /11 Oktober 2017.

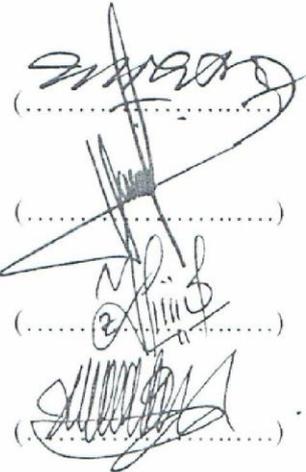
**TIM MUNAQOSYAH:**

Ketua / Moderator : Drs. H. M. Saleh, M.A

Penguji I : H. Husnul Fatarib, Ph.D

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy

Sekretaris : Hendra Irawan, M.H



Mengetahui  
Dekan Fakultas Syariah



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP. 19740104 199903 1 004

## ABSTRAK

### MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009

(Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab.  
Pekalongan, Lampung Timur)

Oleh :

LIVA REGIANA

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi dan membutuhkan bantuan orang lain, dimana perannya sebagai makhluk sosial ingin selalu hidup berkelompok dengan sesamanya atau hidup bermasyarakat, dimana hal tersebut dilakukan karena didorong oleh beberapa faktor, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, menghindari diri dari marabahaya, melanjutkan keturunannya dan termasuk dalam hal bermuamalah. Muamalah merupakan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan urusan dunia, seperti perdagangan dan semua mengenai kebendaan, perkawinan, talak, sanksi-sanksi, peradilan dan yang berhubungan dengan manajemen perkantoran, baik umum ataupun khusus, yang telah ditetapkan dasar-dasarnya secara umum atau global dan terperinci untuk dijadikan petunjuk bagi manusia dalam bertukar manfaat di antara mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan stokis dan member (*downline*). Selanjutnya mendokumentasikan setiap kegiatan-kegiatan peneliti dan narasumber. Semua data-data tersebut dianalisis dengan kualitatif deskriptif yang menggunakan cara berfikir induktif.

Dari hasil penelitian, Stokist di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cab. Pekalongan, Lampung Timur dalam mengembangkan jaringan tidak terdapat unsur *Money Game* (Permainan Uang), dalam praktik penjualan produk sudah sesuai dengan yang telah di Fatwakan oleh DSN-MUI. Dalam perekrutan anggota terdapat akad yang jelas dalam pembagian bonus dan potongan harga setelah mejadi anggota. Tidak ada tutup poin untuk mendapatkan bonus akhir.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Liva Regiana  
NPM : 13112389  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah (HESy)  
Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumber dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2017  
Yang menyatakan



  
(Liva Regiana)

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٤٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur alhamdulillah peneliti persembahkan untuk Allah SWT, berkah dari Ar-Rahman dan Ar-Rahim-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagaimana syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum, skripsi peneliti persembahkan untuk :

1. Bapak Hadi Hartono dan Ibu Budi Rahayu sebagai orang tua yang sempurna untukku, Bbapak dan ibu yang tak kenal lelah dalam mendoakan, berjuang, memberikan semangat, membimbingku untuk kebahagiaan dan keberhasilanku.
2. Semua Dosen Fakultas Syariah yang telah membimbingku dan membagi ilmunya untukku. Khususnya kepada dosen pembimbing Bapak Drs. H. M. Saleh, MA. selaku pembimbing I dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku Pembimbing II yang telah membimbingku sampai skripsi ini selesai.
3. Untuk Ayukku Delvi Retian, Adikku Agfia Cahya Ningrum, Untuk orang terdekatku Raisman Fauzi, dan seluruh keluarga besarku yang mendoakan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
4. Semua teman seperjuangan IAIN Metro, khususnya sahabat-sahabatku dari Fakultas Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2013. Terimakasih untuk semua kebersamaan kita selama ini, saling memotivasi dan membantu.
5. Untuk sahabat-sahabat terdekatku Arum N.W, Gardini Retno G, Indah F.R, Siti Purwati, Nindi Mellina, Wahyuni, Emilia Diah, Rani

Swastika, Isti Lestari, Apri Narendra terimakasih kalian tak pernah bosan menyemangatiku dan selalu ada ketika saya sedih, senang, gembira bersama-sama.

6. Almamater tercinta Fakultas Syariah IAIN Metro.
7. Kepada Ibu Ilona Yamashita selaku stokist HPAI Cab. Pekalongan, Lampung Timur.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan *inayah*-Nya serta memberikan kekuatan dan kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 75/DSN MUI/VII/2009.”

Skripsi ini ditulis dengan mendapatkan banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof.Dr.Hj. Enizar, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Husnul Fatarib, Ph.D selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Metro.
3. Ibu Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H Selaku ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
4. Bapak Drs. H. M. Saleh, MA. selaku pembimbing I dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi hingga skripsi ini selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitasnya guna menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan penulis, karena kesempurnaan hanya milik Allah yang memilikinya. Penulis harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, Aamiin.

*Wassalamualaikum, Wr. Wb.*

Metro, Oktober 2017  
Penulis

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEJUTUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I           PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian Relevan .....	7
<b>BAB II          LANDASAN TEORI</b>	
A. Multi Level Marketing (MLM) .....	11
1. Pengertian Multi Level Marketing (MLM) .....	11
2. Dasar Hukum Multi Level Marketing (MLM) .....	14
B. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) .....	17
1. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) .....	17
2. Praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah .....	19

3.	Multi Level Marketing Syariah .....	23
4.	Sistem Penjualan MLM.....	28
C.	Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 .....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A.	Jenis dan Sifat Penelitian .....	39
B.	Sumber Data .....	40
C.	Teknik Pengumpulan Data .....	42
D.	Teknis Analisis Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Gambaran Umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) .....	46
B.	Proses pengembangan jaringan dan sistem perekrutan member pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) .....	49
C.	Tutup Poin dan <i>Money Game</i> . .....	53
D.	Multi Level Marketing Syariah menurut perspektif Dewan Syariah Nasional MUI No.75/ DSN-MUI/VII/ 2009. ....	57
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
A.	Kesimpulan .....	64
B.	Saran .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## RIWAYAT HIDUP

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia sebagai makhluk individu memiliki berbagai kebutuhan hidup, yang telah disediakan oleh Allah SWT., beragam benda dan yang dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang beragam tersebut tidak mungkin dapat diproduksi sendiri oleh individu yang bersangkutan. Dengan kata lain, ia harus bekerja sama dengan orang lain. Oleh karena itu, manusia tidak lepas dari pergaulan bermuamalah.

Muamalah merupakan peraturan-peraturan yang berhubungan dengan urusan dunia, seperti perdagangan dan semua mengenai kebendaan, perkawinan, talak, sanksi-sanksi, peradilan dan yang berhubungan dengan manajemen perkantoran, baik umum ataupun khusus, yang telah ditetapkan dasar-dasarnya secara umum atau global dan terperinci untuk dijadikan petunjuk bagi manusia dalam bertukar manfaat di antara mereka.

Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang merupakan wadah musyawarah para ulama, zu'ama, dan cendikiawan muslim serta menjadi pengayom bagi seluruh muslim Indonesia adalah lembaga paling berkompeten dalam menjawab dan memecahkan masalah sosial keagamaan yang senantiasa timbul dan dihadapi masyarakat. MUI juga telah mendapat kepercayaan dari masyarakat maupun pemerintah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>*Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Erlangga, Jakarta: 2011), h.4

Fatwa merupakan produk Hukum Islam yang sudah ada sejak masa Nabi SAW, yang kemudian menjadi produk hukum islam yang berkembang hingga sekarang. Fatwa-fatwa ulama Islam yang terhimpun dalam kitab-kitab fiqh dan keputusan-keputusan lembaga fatwa adalah sebagian dari ijtihad yang bersifat kasuistik karena merupakan respon atau jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peminta fatwa<sup>2</sup>. Jadi, fatwa merupakan salah satu solusi dalam memecahkan persoalan tentang keagamaan yang terjadi pada dewasa ini.

MUI berdiri pada tahun 1975 yang berperan sebagai pemberi fatwa bagi masyarakat yang membutuhkan kejelasan hukum. Permasalahan yang muncul untuk dimintai fatwanya ke MUI pun sangat beragam, mulai dari masalah keseharian terkait dengan urusan pribadi sampai dengan masalah terkait dengan urusan publik, masalah ibadah hingga masalah sosial politik, sosial kemasyarakatan hingga sosial ekonomi.<sup>3</sup>

Dalam bidang ekonomi, penjualan adalah hal yang sering kita jumpai. Penjualan merupakan suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mendapatkan sesuatu yang ingin dicapai oleh kedua belah pihak. Dengan demikian, maka segala aktivitas Penjualan harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Penjualan yang sedang populer di masyarakat adalah Penjualan Berjenjang (Multi Level Marketing). Multi Level Marketing atau yang

---

<sup>2</sup> Badri Khaeruman, *Hukum Islam Dalam Perubahan Sosial*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h. 103

<sup>3</sup>*Himpunan Fatwa..* h.5

terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk penjualan suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya. Tenaga penjual yang direkrut dikenal dengan *downline*. Penjualan Berjenjang pada hakikatnya adalah sebuah sistem distribusi barang dengan tingkatan.<sup>4</sup>

Yang dimaksud distribusi dengan tingkatan adalah atasan (*Upline*) yang tugasnya mendistribusikan barang ke bawahan (*Downline*). Dan *downline* mendistribusikan barang dagangannya ke *downline* lainnya hingga berbentuk Piramida. Dari setiap perekrutan *downline*, *upline* akan mendapatkan komisi. Hal tersebut berlaku untuk seluruh *upline* dan *downline*. Dalam setiap tingkatan piramid ada jenjang karir yang menentukan besar kecilnya komisi.<sup>5</sup>

Bahkan hanya merekrut tanpa menjual atau mendistribusikan barang pun akan mendapatkan komisi hal tersebut bisa di klaim sebagai *Money Game* (permainan uang). *Money game* pada dasarnya kegiatan menggandakan uang yang pada praktiknya pemberian bonus atau komisi diambil dari penambahan atau perekrutan anggota baru, dan bukanlah dari penjualan produk. Biasanya perusahaan yang menggunakan sistem *Money Game* akan

---

<sup>4</sup> Anis Tyas Kuncoro, "Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah" (Semarang : Fakultas Agama Islam Unissula) Sultan Agung Vol XLV No. 119 September – November 2009 h.24

<sup>5</sup> Ibid., h.26

mengakui bahwa perusahaannya adalah perusahaan *Multi Level Marketing*. Dari hal tersebut sulit dibedakan mana perusahaan yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing* atau sistem *Money Game*.

Beberapa hal dasar yang dapat membedakan *Multi Level Marketing* dengan *Money Game* adalah dari segi perekrutan keanggotaannya. Dalam *Multi Level Marketing* untuk mendaftar sebagai member atau keanggotaan dalam bisnis biasanya harga relatif murah, biaya tersebut biasanya untuk mengganti biaya administrasi. Sedangkan dalam *Money Game* untuk mendaftar sebagai member atau keanggotaan dalam bisnis biasanya harga relatif mahal dan disertai dengan kewajiban membeli paket produk.<sup>6</sup>

Hal tersebut yang melatarbelakangi masyarakat berantusias ingin bergabung dan menjalani bisnis penjualan berjenjang karena cara kerjanya yang mudah dan mendapatkan keuntungan yang menjanjikan dari hasil menjual barang atau produk. Ada beberapa perusahaan Multi Level Marketing yang terkenal diantaranya :

1. K-Link, yang di dalam nya menjual berbagai produk suplemen kesehatan.
2. Amway, Produk yang bisa kita jual diantaranya adalah produk home car produk kecantikan suplemen kesehatan, nutrisi, alat-alat rumah tangga.
3. Sophie Martin, berkembang menjadi perusahaan penyedia produk fashion yang mempunyai peranan penting di Indonesia.

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Iona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara mengenai cara perekrutan member. Hari Minggu, 4 Juni 2017 pukul 13.00

4. Tupperware, dimana perusahaan menjual berbagai produk-produk rumah tangga.<sup>7</sup>
5. PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). Menawarkan produk herbal yang sudah mendapat Jaminan Halal dari Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Pusat, HPAI sebagai Perusahaan sesuai Syariah Islam.<sup>8</sup>

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal.<sup>9</sup> Hal tersebut yang melatarbelakangi masyarakat berantusias ingin bergabung dan menjalani bisnis penjualan berjenjang karena cara kerjanya yang mudah dan mendapatkan keuntungan yang menjanjikan dan sudah mendapat jaminan halal dari DSN MUI. Dengan Misi Perusahaan PT. HPAI Indonesia Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.<sup>10</sup>

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009, menjelaskan tentang ketentuan hukum dari Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dimana di dalam ketentuan-ketentuan

---

<sup>7</sup> <http://www.ambyaberbagai.com/2015/05/7-rekomendasi-bisnis-mlm-terbaik.html> di akses pada 17 Juli 2017 pkl 19.35

<sup>8</sup> <http://www.hpa-network.com/page/produkhpa> di akses pada 17 Juli 2017 pkl 19.40

<sup>9</sup> <http://hpaindonesia.net/profil-perusahaan/> di akses pada 17 Juli 2017 pkl 20.01

<sup>10</sup> Ibid., di akses pkl. 20.08

dari fatwa tersebut menjadi landasan diperbolehkannya bertransaksi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

PT. HPAI Indonesia mengklaim bahwa perusahaannya menggunakan sistem Multi Level Marketing berbasis Syariah, maka perlu dicari kejelasan hukum tentang pengembangan jaringan, sistem perekrutan anggota atau *downline* menurut perspektif Fatwa DSN-MUI No.75/ DSN-MUI/VII/2009 tentang Pemasaran Langsung Berjenjang Syariah yang menegaskan adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan, komisi yang diberikan jelas pembagiannya, bukan karena unsur *money game*.

Kemudian penulis ingin mengetahui aspek hukum yang dilahirkan Fatwa DSN-MUI sebagai landasan Ekonomi Islam di dalam Hukum Nasional, sehingga perlu diteliti lebih lanjut dalam skripsi ini yang berjudul “Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No.75/DSN-MUI/VII/2009”

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Praktik Multi Level Marketing (MLM) di PT. HPAI Indonesia Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 75/DSN MUI/VII/2009?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Praktik Multi Level Marketing (MLM) di PT. HPAI Indonesia Stokist Cab. Pekalongan, Lampung Timur apakah sudah sesuai dengan syariat Islam dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 75/DSN MUI/VII/2009.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis sebagai wahana untuk megembangkan ilmu pengetahuan dan keterampilan peneliti melalui bahasa ilmiah tentang Penjualan Berjenjang atau Multi Level Marketing.
- b. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi masyarakat dalam praktik Multi Level Marketing sebagai sarana penjualan produk.

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan memuat uraian sistematis mengenai hasil penelitian-penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang telah dikaji dalam skripsi. Penelitian ini mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Untuk itu, penelitian relevan terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan

penelitian ini, sehingga dapat ditentukan di mana posisi penelitian yang akan di bahas berada.<sup>11</sup>

Dari penelitian tersebut, peneliti mengutip skripsi, tesis, jurnal maupun artikel yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti sehingga akan terlihat dari sisi mana peneliti dalam membuat karya ilmiah. Disamping itu, akan terlihat suatu perbedaan yang akan dicapai oleh masing-masing pihak.

Terhadap beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan topik penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian penelitian ini, peneliti memaparkan perkembangan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti, diantaranya adalah

Skripsi dari Ami Sholihati Mahasiswi Srata-1 jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2012 yang berjudul : “Tinjauan Hukum Islam Tentang Insentif *Passive Income* Pada Multi Level Marketing Syariah Di PT K-Link International” . Dalam skripsi ini peneliti mengkaji insentif *passive income* diperoleh member yang berperingkat *Royal Crown Ambassador, Crown Ambassador, Emerald Manager, Sapphire Manager, Diamond manager*, dan *Senior Crown Ambassador*. Peringkat-peringkat tersebut yang sudah mahir menjalankan segitiga-S (*Sikap, Service, Sponsoring*) dan MLM PT. K-Link belum memenuhi ketentuan Hukum Fatwa tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) No: 75/DSN MUI/VII/2009. Insentif yang

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun, *pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Metro: P3M STAIN Metro, 2013) h.29

diperoleh member yang berperingkat atas adalah *Passive Income* karena member yang berperingkat atas tersebut mendapatkan penghasilan yang lebih besar dari downlinenya dan dari hasil jerih payah para downline.

Skripsi dari Sri Widiastuti Mahasiswi Srata-1 Universitas Negeri Yogyakarta , Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial pada tahun 2011 yang Berjudul : “Modal Sosial Dalam Strategi MLM (*Multi Level Marketing*) Tianshi Di Yogyakarta” . Dalam skripsi ini tujuan dalam penelitian ini yaitu : bahwa 1) MLM (Multi Level Marketing) Tianshi sebagaimana suatu lembaga memiliki modal sosial yaitu kepercayaan, jaringan dan norma. 2) Modal sosial dalam strategi MLM (Multi Level Marketing) Tianshi adalah kepercayaan yang dilakukan dengan cara melakukan presentasi dan memakai produk, jaringan yang dilakukan dengan melakukan prospecting, dan norma yang harus dipatuhi distributor meliputi norma tidak tertulis yaitu kepribadian, pengetahuan dan norma tertulis.

Sedangkan perbedaan dari penelitian yang sebelumnya tersebut di atas adalah dimana peneliti fokus pada sistem perekrutan member atau *downline* dan pengembangan jaringan dan Praktik Multi Level Marketing (MLM) yang ada di Stokis PT. HPAI Indonesia cabang Pekalongan, Lampung Timur dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Majelis Ulama Indonesia No.75/DS-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Multi Level Marketing (MLM)

##### 1. Pengertian Multi Level Marketing (MLM)

Andreas Harefa berpendapat sebagaimana di kutip oleh buku Gemala Dewi yang berjudul Huku Perikatan Islam di Indonesia *Multi Level Marketin* secara Etimologi Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa Inggris, Multi berarti banyak sedangkan Level berarti jenjang atau tingkat. Adapun Marketing berarti Penjualan. Jadi dari kata tersebut dapat difahami bahwa MLM adalah Penjualan yang berjenjang banyak.<sup>12</sup>

MLM adalah sebuah sistem penjualan langsung, dimana barang dipasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen. Para konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapatkan imbalan bonus. Bonus tersebut diambil dari keuntungan setiap pembeli yang dikenakan oleh pembeli berdasarkan ketentuan yang diatur.<sup>13</sup>

Multi Level Marketing adalah sistem Penjualan yang mengandalkan penjualan langsung (*Direct selling*) melalui jaringan distributornya yang berbentuk secara berantai, di mana setiap distributor yang merekrut dan di rekrut selalu ada kaitan perhitungan komisi dan

---

<sup>12</sup>Gemala Dewi et.al, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2005) h.193

<sup>13</sup> Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. (Bogor : PT. Berkah Mulia Insani, 2016) cet.13 h.345

bonus.<sup>14</sup> *Direct Selling* (Penjualan Langsung) adalah : Metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu kepada konsumen dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan penjualan yang dikembangkan oleh Mitra Usaha dan bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan dan iuran keanggotaan yang wajar.<sup>15</sup>

Dalam kata lain Multi Level Marketing dapat dikatakan sebagai Penjualan yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Upline* (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu.<sup>16</sup>

Multi Level Marketing adalah merupakan sebuah sistem Penjualan modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga Penjualan. Singkatnya, bahwa Multi Level Marketing adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat

---

<sup>14</sup> Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010) h.105

<sup>15</sup>Lihat <https://www.apli.or.id/direct-selling/> diakses pada 1 Desember 2016 pk1 11.13

<sup>16</sup> Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, "*Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*" (Surakarta : Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta) Vol. 1, No.1, Februari 2016 h. 29-30

sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.<sup>17</sup>

Multi Level Marketing (MLM) merupakan salah satu strategi Penjualan yang berbasis direct selling. Umumnya barang dipasarkan melalui distributor tunggal kemudian turun ke grosir kemudian ke toko baru sampai ke masyarakat.<sup>18</sup>

Multi Level Marketing (Penjualan Multi Tingkat), maksudnya adalah : Metode Penjualan barang dan/atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program Penjualan berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.<sup>19</sup>

Menurut Benny Santoso, definisi atau pengertian Multi Level Marketing adalah sistem melalui mana sebuah induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya. Lewat suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen tidak hanya di Amerika Serikat, tetapi di seluruh dunia. Orang-orang bisnis atau para wiraswastawan ini kemudian mensponsori orang-orang lain lagi, untuk membantu mendistribusikan

---

<sup>17</sup>Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, Republika, (Jakarta : 15 Pebruari 2002),h. 9

<sup>18</sup>Felicia Soedjianto, Gregorius Satia Budhi. "*Pembuatan Sistem Informasi Multilevel Marketing (MLM) Berbasis Web studi kasus pada PT. Mediderma Indonesia*"jurnal informatika vol. 6, no. 2, November 2005. h.85

<sup>19</sup> Lihat <https://www.apli.or.id/direct-selling/> diakses pada 1 Desember 2016 pkl 11.13

barang dan jasanya, proses orang membantu orang ini bisa diteruskan lagi lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan.<sup>20</sup>

Multi Level Marketing adalah pemasaran yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkat). Beberapa orang ini disebut member, sales presentatif, atau konsultan. Mereka terdaftar sebagai member (anggota) perusahaan MLM tanpa terikat waktu kerja.<sup>21</sup>

Definisi MLM secara hukum dapat dijumpai dalam pasal 1 angka 1 Keputusan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang. Multi Level Marketing (MLM) diartikan sebagai suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan Penjualan yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.<sup>22</sup>

Jadi, Multi Level Marketing adalah kegiatan penjualan yang melibatkan beberapa orang diantaranya atasan (*upline*) dan bawahan (*downline*) dengan sistem berjenjang *upline* sebagai pimpinan dan

---

<sup>20</sup> Randal Liandra, *Rasionalitas Member Dalam Bisnis Multi Level Marketing* (Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota Tanjungpinang dalam Naskah Publikasi Jurusan Sosiologi 2015. h.12

<sup>21</sup> Supriyadi Yosup Boni, *Apa salah MLM?* (Jakarta : Pustaka Al-Kausar. 2017) h. 112

<sup>22</sup> Serfianto D. Purnomo et.al *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. 2011) h. 22

*downline* bahawan dalam pelaksanaan kegiatan penjualannya *downline* harus membuat jaringan 1 kanan dan 1 kiri hingga membuat piramida.

## 2. Dasar Hukum Multi Level Marketing

Dasar Hukum menurut AL- Qur'an :

Dasar hukum tidak diperbolehkannya Multi Level Marketing, An-Nisa (4) ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ...

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku sukarela di antaramu...”*<sup>23</sup>

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi dalam muamalah yang dilakukan secara bathil. Ayat ini mengindikasikan bahwa Allah SWT melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara bathil. Yang dimaksud secara bathil disini adalah melakukan transaksi berbasis riba, transaksi spekulatif, ataupun transaksi yang mengandung unsur gharar, serta hal-hal yang dipersamakan dengan itu. Ayat ini memberikan pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus

---

<sup>23</sup> Departemen Agama RI Al-Qur'an Dan Terjemahan. ( Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2013) h.83

dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak dalam transaksi, seperti kerelaan antara penjual dan pembeli.<sup>24</sup>

Dalam penjualan berjenjang terdapat unsur riba, karena setiap downline atau bawahan menjual produk upline atau atasan akan mendapatkan komisi beberapa persen dari penjualan tersebut.

Ayat yang memperolehkan penjualan, Al Baqarah 275:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya : “...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..”<sup>25</sup>

Ayat ini merujuk kepada kehalalan jualbeli dan keharaman riba. Ayat ini menolak argumen kaum musyrikin yang menentang disyariatkannya jual beli dalam Al-Qur’an. Ayat ini mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep riba.<sup>26</sup>

Dasar hukum yang terkait secara langsung dengan kegiatan DS/MLM adalah meliputi<sup>27</sup> :

- a. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.

---

<sup>24</sup> Dimiyuaddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010) h.70

<sup>25</sup> Departemen Agama RI Al-Qur’an Dan Terjemahan. ( Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2013) h.47

<sup>26</sup> Dimiyuaddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*. .h.71

<sup>27</sup> Sefrianto D. Purnomo, *Multi Level* .. h.89

- b. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang perubahan atas Permendag nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung.
- c. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang pendelegasian wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Pejualan Langsung kepada kepala badan koordinasi penanaman modal dalam rangka pelaksanaan pelayanan terpadu satu pintu di bidang penanaman modal.
- d. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat izin usaha penjualan langsung.
- e. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan.
- f. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang.
- g. Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN/MUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS).

Disamping payung hukum diatas, perusahaan MLM yang beroperasi di Indonesia wajib tunduk pada peraturan dan undang-undang perusahaan secara umum, sehingga setiap perusahaan wajib memenuhi legalitas standar meliputi :

- a. Akta pendirian perusahaan
- b. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- c. SK Kemenkumham
- d. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- e. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- f. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Terkait produk, utamanya produk-produk konsumsi, kesehatan dan kecantikan harus dilengkapi dengan legalitas formal dari lembaga atau kementerian terkait seperti Dinas kesehatan dan Badan Peneliti dan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) termasuk sertifikat halal dari Lembaga Penelitian Pengawasan Obat Dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI).<sup>28</sup>

## **B. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)**

### **1. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)**

Penjualan langsung atau *Dirrect Selling* memang lebih dulu muncul dibanding *Multi Level Marketing* (MLM). Istilah *Dirrect Selling* merujuk kepada aktivitas penjualan barang atau produk secara langsung kepada konsumen, di mana aktivitas penjualan tersebut dilakukan oleh seorang penjual langsung atau yang disebut *dirrect seller*.<sup>29</sup>

Penjualan langsung (*Dirrect Selling*) merupakan penjualan yang langsung bertemu dengan konsumen. Jadi tidak menggunakan toko eceran

---

<sup>28</sup> Supriyadi Yosup Boni, *Apa salah MLM?..* h.122

<sup>29</sup> *Ibid.*, h.15

tetap atau supermarket, karena dalam praktiknya penjual bertemu langsung dengan pembeli. Sebagian orang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau *Dirrect Selling*, di Indonesia saat ini penjualan langsung atau *Dirrect Selling* baik yang *single level* maupun *multi level* bergabung dalam suatu asosiasi yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).<sup>30</sup>

Menurut Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 73/MPP/Kep/3/2000 Penjualan Berjenjang adalah suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang dan/atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 32/M-Dag/Per/8/2008 Penjualan langsung (*Dirrect Selling*) adalah metode dan /atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan /atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Lihat <https://www.apli.or.id/direct-selling/> diakses pada 1 Desember 2016 pkl 13.09

<sup>31</sup> Lihat pada [http://storage.jak-stik.ac.id/ProdukHukum/Perdagangan/KMPP\\_73.PDF](http://storage.jak-stik.ac.id/ProdukHukum/Perdagangan/KMPP_73.PDF) di akses pada tanggal 29 April 2017 pkl 11.52 WIB

<sup>32</sup> Lihat [http://www2.bkpm.go.id/images/uploads/prosedur\\_investasi/file\\_upload/Permendag\\_32\\_MDAG\\_PER\\_8\\_2008.pdf](http://www2.bkpm.go.id/images/uploads/prosedur_investasi/file_upload/Permendag_32_MDAG_PER_8_2008.pdf) di akses pada tanggal 29 April 2017 pkl 12.03

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah network marketing; yaitu metode penjualan jasa tertentu (dalam hal ini perjalanan umrah) melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh anggota (mitra usaha) yang bekerja atas dasar imbalan (komisi/bonus) berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap, metode penjualan jasa tersebut dijalankan berdasarkan akad dan prinsip syariah.<sup>33</sup>

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan suatu kegiatan jual beli yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli dengan menggunakan syariat Islam.

## **2. Praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)**

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan fatwa tentang : Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Dalam Fatwa DSN-MUI nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 secara tegas menyatakan bahwa praktek PLBS wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- a. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa. Objek PLBS ini bisa apa saja asal halal, namun akan lebih bermanfaat dan tidak menimbulkan banyak polemik ketika objek PLBS ini berupa kebutuhan pokok atau produk yang sering kita pergunakan sehari-hari.

---

<sup>33</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah

- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan/atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), riba (bunga / rente) , dharar (tidak bermanfaat), dzulm (Kezaliman), dan maksiat.
- d. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (excessive mark-up), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh. Excessive Mark-Up adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- e. 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. Jadi besarnya komisi tidak ditentukan berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan.
- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra', yaitu daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus/komisi yang dijanjikan
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan (dzulm) dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- l. Tidak melakukan kegiatan *money game*.<sup>34</sup>

Kegiatan bisnis berbasis syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, dengan kata lain kegiatan bisnis tersebut tidak boleh berbentuk :

---

<sup>34</sup> Serfianto D. Purnomo et.al *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. 2011) Hlm. 309

- a. Perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang
- b. Menyelenggarakan jasa keuangan yang menerapkan prinsip ribawi, jual beli risiko yang mengandung gharar (ketidak pastian) dan maysir (Judi)
- c. Memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan, dan atau menyediakan :
  - 1) Barang dan atau jasa yang haram karena zatnya (*Haram li-dzatihi*).
  - 2) Barang dan atau jasa yang haram bukan karena zatnya yang ditetapkan oleh DSN-MUI.
  - 3) Barang dan atau jasa yang merusak moral dan bersifat mudharat.
- d. Melakukan investasi pada perusahaan yang pada saat transaksi tingkat (Nisbah) utang perusahaan kepada lembaga keuangan ribawi lebih dominan dari modalnya kecuali investasi tersebut dinyatakan kesyariaahannya oleh DSN-MUI.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup>Ibid., 308

### 3. Multi Level Marketing Syariah

MLM Syariah adalah sebuah sistem pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah.<sup>36</sup>

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak yaitu aspek produk atau jasa yang dijual dan sistem dari MLM itu sendiri. Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas bukan produk yang dilarang oleh agama. Selain halal objek yang dijual juga harus bermanfaat dan dapat diserahkan serta mempunyai harga yang jelas. Oleh karena itu walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh orang muslim namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga dan manfaatnya maka hal itu bisa dikatakan tidak sah.<sup>37</sup>

Pada dasarnya MLM yang berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional. Yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a. Produk yang dipasarkan harus halal, baik dan menjauhi syubhat.
- b. Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.

---

<sup>36</sup> Anis Tyas Kuncoro, *Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* dalam Konsep Bisnis Multilevel Marketing, Sultan Agung VOL XLV NO. 119 September – Nopember 2009. H.26

<sup>37</sup> Firman Wahyudi, *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah*, dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember, 2014. h.175

- c. Operasional, kebijakan, budaya organisasi, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah.
- d. Tidak ada mark up harga produk yang berlebihan, sehingga anggota terzalimi dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
- e. Dalam struktur organisasinya, perlu ada Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami permasalahannya. Selanjutnya, formula insentif harus adil, tidak menzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya menerima *pasif income* tanpa bekerja, *upline* tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *down linenya*.<sup>38</sup>

Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. Oleh karena itu pembagian bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak huru-hara dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitik beratkan barang-barang tertier, terutama ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Disamping itu, perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi ummat.<sup>39</sup>

Bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa

---

<sup>38</sup> Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Falah Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No.1, Februari 2016 h.35

<sup>39</sup> Ibid., h.36

marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing fee, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut Samsarah / Simsar. Kegiatan samsarah dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fikih Islam termasuk dalam akad ijarah. yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (ujrah) Semua ulama membolehkan akad seperti ini.<sup>40</sup>

Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM Syariah harus memenuhi syarat dan rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermafaat. MLM syariah tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalannya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.<sup>41</sup>

The Islamic and Nutrition of America (IFANCA) telah mengeluarkan edaran tentang produk MLM Halal dan dibenarkan oleh agama yang disetujui secara langsung oleh M. Munir Chaundry, Ph.D selaku presiden IFANCA. Dalam edarannya, IFANCA mengingatkan umat Islam untuk meneliti dahulu kehalalan suatu bisnis MLM sebelum

---

<sup>40</sup> Moh. Bahruddin, "Multi Level.. h.73

<sup>41</sup> Ibid., h.74

bergabung ataupun menggunakannya, yaitu dengan mengkaji aspek sebagai berikut :

- a. Marketing Plan-nya, apakah ada unsure skema piramida atau tidak. Kalau ada unsure piramida yaitu distributor yang lebih dulu masuk selalu diuntungkan dengan mengurangi hak distributor belakangan sehingga merugikan *Downline* di bawahnya, maka hukumnya Haram.
- b. Apakah perusahaan MLM memiliki *Track Record* positif dan baik ataukah tiba-tiba muncul misterius, apalagi yang banyak kontroversinya.
- c. Apakah produknya mengandung zat-zat haram ataukah tidak dan apakah produknya memiliki jaminan untuk dikembalikan atau tidak.
- d. Apabila perusahaan lebih menekankan aspek targeting penghimpunan dana dan menganggap bahwa produk tidak penting atupun hanya sebagai kedok kamufase, apalagi uang pendaftarannya cukup besar nilainya, maka patut dicurigai sebagai arisan berantai (*Money Game*) yang menyerupai judi.
- e. Apakah perusahaan MLM menjanjikan kaya mendadak tanpa bekerja ataukah tidak demikian.<sup>42</sup>

Selain kriteria tersebut di atas perlu juga diperhatikan hal hal sebagai berikut :

---

<sup>42</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2003 ) cet.1 h. 104

- a. Transparansi penjualan dan pembagian bonus serta komisi penjualan, di samping pembukuan yang menyangkut perpajakan dan perkembangan *networking* atau jaringan dan level, melalui laporan otomatis secara periodic.
- b. Penegasan motif dan tujuan bisnis MLM sebagai sarana penjualan langsung produk barang ataupun jasa yang bermanfaat dan bukan permainan uang.
- c. Meyakinkan kehalalan produk yang menjadi objek transaksi riil (*underlying transaction*) dan tidak mendorong kepada kehidupan boros, hedonis, dan membahayakan eksistensi produk muslim maupun local.
- d. Tidak adanya *excessive mark up* (*ghubn fakhisy*) atas harga produk yang dijualbelikan di atas covering biaya promosi dan marketing konvensional.
- e. Harga barang dan bonus komisi penjualan diketahui secara jelas sejak awal dan dipastikan kebenarannya saat transaksi.
- f. Tidak adanya eksploitasi pada jenjang manapun antar distributor ataupun antara produsen dan distributor, terutama dalam pembagian bonus yang merupakan cerminan hasil usaha masing-masing anggota<sup>43</sup>.

Dengan demikian, bisnis MLM syariah haruslah mengedepankan pokok-pokok tersebut agar terhindar dari Syubhat.

---

<sup>43</sup> Ibid., h.105

Selain itu perlu diperhatikan pula manfaat dari produk yang di perjualbelikan tersebut. Tidak hanya mementingkan keuntungan besar yang diperolehnya saja.

#### 4. Sistem Penjualan MLM

Proses untuk menjadi member dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini, biasanya setiap orang harus menjadi member (anggota jaringan) dengan mengisi formulir membership serta membayar sejumlah uang pendaftaran, disertai dengan pembelian produk tertentu agar member tersebut mempunyai point, dan kadang tanpa pembelian produk. Perolehan point menjadi sangat penting, karena akan menjadi tolak ukur besar kecilnya bonus yang diperoleh.<sup>44</sup>

Point tersebut bisa dihitung berdasarkan pembelian langsung, atau tidak langsung. Pembelian langsung biasanya dilakukan oleh masing-masing member, sedangkan pembelian tidak langsung biasanya dilakukan oleh jaringan member tersebut. Dari sini, kemudian ada istilah bonus jaringan. Karena dua kelebihan inilah, biasanya bisnis MLM ini diminati banyak kalangan. Ditambah dengan potongan harga yang tidak diberikan kepada orang yang tidak menjadi member.<sup>45</sup>

Selain itu, praktik-praktik pemasaran langsung berjenjang atau MLM yang sering dijumpai dimasyarakat adalah dengan skema piramid, atau sistem *binary*. Skema piramid atau jaringan MLM terlarang memiliki

---

<sup>44</sup> Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing ( MLM ) dalam *Perspektif Hukum Islam*". Lampung : IAIN Raden Intan. ASAS, Vol.3, No.1, Januari 2011. h.67

<sup>45</sup> Ibid., h.67

kerja yang berbeda dengan *Money game*. Skema piramid dapat dianggap sebagai jaringan penjualan berjenjang yang terlarang, sedangkan *money game* umumnya dipraktikan oleh perusahaan yang berkedok perusahaan penjualan langsung satu jenjang (*Direct selling / Single level marketing*).<sup>46</sup>

Dalam perusahaan *money game* palsu, para investor tidak diwajibkan untuk merekrut anggota jaringan baru sebanyak mungkin. Investor hanya dibujuk untuk menanamkan uangnya ke dalam produk-produk investasi tertentu dengan janji keamanan (uang investasi pasti kembali) dan bagi hasil tinggi dalam waktu singkat.<sup>47</sup>

Sebaliknya, dalam perusahaan MLM palsu menerapkan skema piramid, para investor diwajibkan untuk merekrut anggota baru sebanyak mungkin. Jika tidak mampu merekrut anggota baru sesuai ketentuan, maka investor yang telah ditanamkan akan hilang percuma. Investor yang diuntungkan dalam bisnis skema piramid hanyalah investor yang bergabung paling awal. Dalam perusahaan MLM palsu/skema piramid, produk yang dijual hanyalah kedok untuk menutupi kejahatan, sehingga produk tersebut tidak dapat dikembalikan atau dijual kembali manakala anggota ingin berhenti atau keluar dari jaringan tersebut.<sup>48</sup>

Bentuk sistem *binary*, Multi Level Marketing yang menggunakan jaringan yang bentuknya tidak lebih dua kaki (kaki kiri dan kanan) dan tidak lebih. Dengan kata lain, para pelaku Multi Level

---

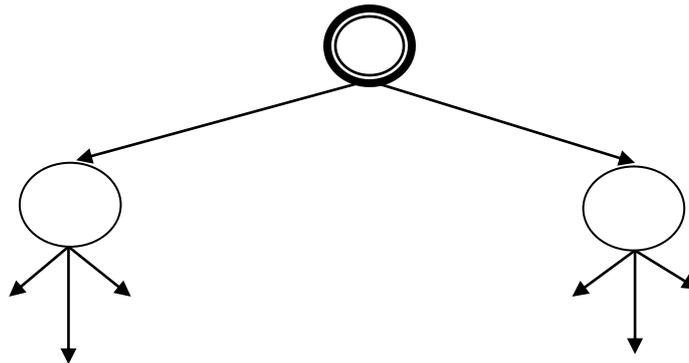
<sup>46</sup> Sefrianto D. Purnomo., *Multi Level Marketing*..71

<sup>47</sup> Ibid., h.71

<sup>48</sup> Ibid., h.72

Marketing tersebut hanya dapat membangun jaringannya dengan dua kaki demikian seterusnya hingga ke bawah.<sup>49</sup>

Gambar 2.1 : Bentuk jaringan Multi Level Marketing sistem Binary



Binary tree dapat didefinisikan sebagai pohon yang mempunyai akar dengan jumlah cabang (anak) maksimal dua, yang saling terpisah yang nantinya disebut dengan cabang kiri (lingkar hitam biasa) dari orang tua (Lingkar hitam tebal) dan cabang kanan dari orang tua. Dalam sistem *binary tree* antara cabang kiri dan kanan sangat dibedakan, sedangkan pada *tree* sembarang (anak panah garis tebal menurun ke bawah) secara umum urutan ini tidaklah penting. Sesuai dengan definisi tersebut, maka dapat di temukan karakteristik yang dimiliki *Binary Tree*, yaitu pada sebuah simpul yang merupakan orang tua (*parent*) atau yang disebut juga dengan akar hanya boleh memiliki 0, 1 atau maksimum 2 anak.<sup>50</sup>

Proses untuk menjadi member dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini, biasanya setiap orang harus menjadi member (anggota

---

<sup>49</sup> Dewi Rosmala, Gilang Kresna, "Implementasi Alogaritma Binary tree pada sistem informasi Multi Level Marketing" dalam *Jurnal Informatika* (Bandung : Jurusan Teknik Informatika institut Teknologi Bandung ), No.3 Vol.3 September-Desember 2012. h. 41

<sup>50</sup> Ibid., h. 42

jaringan) dengan mengisi formulir membership serta membayar sejumlah uang pendaftaran, disertai dengan pembelian produk tertentu agar member tersebut mempunyai point, dan kadang tanpa pembelian produk. Perolehan point menjadi sangat penting, karena akan menjadi tolok ukur besar kecilnya bonus yang diperoleh. Point tersebut bisa dihitung berdasarkan pembelian langsung, atau tidak langsung. Pembelian langsung biasanya dilakukan oleh masing-masing member, sedangkan pembelian tidak langsung biasanya dilakukan oleh jaringan member tersebut. Dari sini, kemudian ada istilah bonus jaringan. Karena dua kelebihan inilah, biasanya bisnis MLM ini diminati banyak kalangan. Ditambah dengan potongan harga yang tidak diberikan kepada orang yang tidak menjadi member.<sup>51</sup>

Kesulitan membedakan bisnis MLM dengan money game disebabkan bonus yang diterima berupa gabungan dengan komposisi tertentu antara bonus perekrutan dan komisi omzet penjualan. Sistem *money game* cenderung menggunakan skema piramida (*pyramid scheme*) dan orang yang terakhir Bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam bisnis MLM, Meskipun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet, tentu saja bonus tidak akan diperoleh.<sup>52</sup>

Masalah di dalam bisnis MLM sering terjadi bila sistem komisi menjerus pada *money game*. Biaya keanggotaan bawahan secara virtual

---

<sup>51</sup> Moh. Bahruddin, "Multi Level..h.67

<sup>52</sup> <sup>52</sup> Anita Rahmawaty, *Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam*,(Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus : Volume 2, No.1, Juni 2014) h.76

telah dibagikan menjadi komisi promotor sementara harga barang menjadi terlalu mahal untuk menutupi pembayaran komisi kepada promotor. Dalam jangka panjang, hal ini membuat komisi menjadi tidak seimbang, di mana komisi telah melebihi harga barang dikurangi harga produksi. Hal ini tentu akan membuat membuat konsumen di tingkat tertinggi mendapatkan harga termurah atau bahkan mendapatkan keuntungan bila mengetahui cara mengolah jaringannya, sedangkan konsumen yang baru bergabung mendapatkan kerugian secara tidak langsung karena mendapatkan harga termahal tanpa mendapatkan komisi atau komisi yang didapatkan tidak sesuai dengan usaha yang telah dilakukan sehingga akhirnya anggota baru tersebut terangsang untuk mencari konsumen baru agar mendapat komisi yang bisa menutupi kerugian virtual yang ditanggungnya.<sup>53</sup>

### C. **Fatwa DSN No. 75/DSN-MUI/VII/2009**

Berdasarkan hasil Ijtima tanggal 25 Juli 2009 M / 3 Sya'ban 1430 H Memutuskan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pemasaran Langsung Berjenjang Syariah bahwa :

Memperhatikan : 1. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang;

---

<sup>53</sup> Ibid., h.76

2. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.289/MPP/Kep/10/2001 BAB VIII Pasal 22 tentang Ijin Usaha Penjualan Berjenjang;
3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;
4. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/MDAG/PER/8/2008 tanggal 21 Agustus 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.

### **MEMUTUSKAN**

MENETAPKAN : FATWA TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

#### **Pertama : Ketentuan Umum**

1. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
2. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangundangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan.
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
9. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan 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 hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai

kamuflase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

10. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
11. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. *Mitra usaha/stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

#### **Kedua : Ketentuan Hukum**

1. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa. Objek PLBS ini bisa apa saja asal halal, namun akan lebih bermanfaat dan tidak menimbulkan banyak polemik ketika objek PLBS ini berupa kebutuhan pokok atau produk yang sering kita pergunakan sehari-hari.
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 (ketidakpastian), maysir (perjudian), riba (bunga / rente) , dharar (tidak bermanfaat), dzulm (Kezaliman), dan maksiat.
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh. *Excessive Mark-Up* adalah batas

margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.

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. Jadi besarnya komisi tidak ditentukan berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan.
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan 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'*, yaitu daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus/komisi yang dijanjikan

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan (dzulm) 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, kultus, 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*.

### **Ketiga : Ketentuan Akad**

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS adalah:

1. Akad Bai'/'Murabahah merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah;
2. Akad Wakalah bil Ujah merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;
3. Akad Ju'alah merujuk kepada substansi Fatwa No.62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah;
4. Akad Ijarah merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.

5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) penelitian lapangan merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Jadi mengadakan penelitian lapangan mengenai beberapa masalah aktual yang kini sedang terjadi dan mengekspresikan dari dalam bentuk gejala atau proses sosial. Pada prinsipnya penelitian lapangan bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat.<sup>54</sup>

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang secara langsung turun ke lapangan yang akan diteliti, dengan menggunakan metode analisis yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang sedang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Sedangkan sifat penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif, Secara harfiah, penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999), cet IV, h. 28.

<sup>55</sup> Husain Umar, *Metodologi untuk Skripsi dan tesis Bisnis*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2009) h.24.

Deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini, artinya bahwa peneliti mengumpulkan data dari fakta yang ada di lapangan dan untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya. Peneliti memaparkan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan yakni Praktik Multi Level Marketing Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No : 75/DSN-MUI/VII/2009 (studi kasus di stokist PT. HPAI Indonesia Cabang Pekalongan, Lampung Timur. ) kemudian membandingkan dengan data yang ada.

## **B. Sumber Data**

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu<sup>56</sup>:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber pertama baik yang diperoleh dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>57</sup>

Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari *Upline* Stokis, *Upline* biasa, dan *Downline* di Produk PT. HPAI Indonesia Cabang Pekalongan, Lampung Timur.

---

<sup>56</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 172.

<sup>57</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian*, h. 42.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan. Sumber data sekunder merupakan data penunjang yang diperoleh dari informasi yang berkaitan dengan penelitian, seperti buku-buku, media elektronik, letak geografis desa maupun keadaan demografis desa sebagai pelengkap data primer.<sup>58</sup>

Adapun buku-buku yang digunakan diantaranya Serfianto D. Purnomo et.al berjudul *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramid*, Hendi Suhendi berjudul *Fikih Muamalah*, Rachmat Syafei dengan judul *Fikih Muamalah*, Zainuddin Ali berjudul *Hukum Ekonomi Syariah dan Fathurrahman Djamil berjudul Hukum Ekonomi Islam Sejarah Teori & Konsep*. Sonny Sumarsono berjudul *Kewirausahaan*. Dr. H. Buchari Alma berjudul *Kewirausahaan* Dr. Gemala Dewi et.al dalam buku nya *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. M. Nur Rianto Al Arif berjudul *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*. Muhammad Ali Hasan berjudul *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Rohadi Abdul Fatah, *Analisis Fatwa*. Badri Khaeruman, *Hukum Islam*. M. Ichwan Sam, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*.

Adapun Jurnal-jurnal yang digunakan diantaranya : Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*, dalam FALAH Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No.1, Februari 2016. Felicia Soedjiyanto, Gregorius Satia Budhi. "*Pembuatan Sistem Informasi Multi Level Marketing (MLM) Berbasis Web studi kasus pada pt. Mediderma*

---

<sup>58</sup> S Nasution, *Metode Research, (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumiaksara, 2012), h. 143.

*indonesia*" jurnal informatika vol. 6, no. 2, November 2005. Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing ( MLM ) dalam *Perspektif Hukum Islam*". Lampung : IAIN Raden Intan. ASAS, Vol.3, No.1, Januari 2011.

Ajeng Dwyanita *Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009* Jestt Vol. 1 No. 4 April 2014. Yendy Winata *Implementasi Algoritma Pohon Triner untuk Perhitungan Bonus Jaringan MLM Berbasis Web* dalam Jurnal Buana Informatika, Vol:1, No: 2, Juli 2010: 97-106. Anis Tyas Kuncoro, *Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah* dalam Konsep Bisnis Multilevel Marketing, Sultan Agung VOL XLV NO. 119 September – Nopember 2009.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Sebagaimana layaknya studi kualitatif yang mengadakan penelitian terhadap lapangan. Maka pengumpulan datanya dilakukan langsung oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi :

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada sipeneliti.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup>Mardalis, *Metode Penelitian.*, h.64

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara ( *interviewer* ) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara ( *interviewee* ) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>60</sup> wawancara dibedakan menjadi 3 (tiga) macam :

- a. Wawancara berstruktur
- b. Wawancara tak berstruktur
- c. Wawancara campuran.<sup>61</sup>

Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara campuran dimana peneliti mengacu kepada pedoman wawancara yang telah dibuat sesuai dengan tujuan penelitian terutama dengan jenis data yang dibutuhkan dan bisa berubah sesuai dengan keadaan di lokasi wawancara tersebut. Adapun yang menjadi sasaran dalam metode wawancara ini adalah Stokis, *upline* biasa dan *downline* biasa PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.<sup>62</sup> Metode dokumentasi yaitu pengumpulan data yang bersumber dari tulisan dan

---

129 <sup>60</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Hukum*, (Jakarta : Rieneka Cipta, 2006), h.

<sup>61</sup> W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003), h.143

<sup>62</sup>Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), cet v, h.73.

dokumen.<sup>63</sup> Dokumentasi merupakan rekaman kejadian masalah yang ditulis atau dicetak berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen.<sup>64</sup> Tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Suharsimi Arikonto bahwa dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen dokumen berupa buku-buku, majalah-majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>65</sup>

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan sertapemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>66</sup>

Dalam penelitian ini sumber yang akan dijadikan alasan dari metode dokumentasi ini adalah data dari bahan-bahan tertulis yaitu buku-buku yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

#### **D. Teknis Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintensis, menyusun dalam pola,

---

<sup>63</sup> Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012) h.123

<sup>64</sup>Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*, h.215

<sup>65</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian.*, h.231

<sup>66</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi dengan contoh-contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Lapangan*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), cet III, h. 150.

memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>67</sup>

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>68</sup>

Teknik Analisis data yang dipakai dalam penelitian adalah teknik analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang di observasi manusia.

Kemudian untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif. Induktif berangkat dari kata-kata fakta / peristiwa yang khusus, konkrit, ditarik generalis yang mempunyai sifat umum. Proses telaah data induktif dengan menelaah data bersamaan pada saat proses pengumpulan data, hasil temuan di lapangan kemudian dibentuk dan dikembangkan dalam teori.<sup>69</sup>

---

<sup>67</sup> Ibid h. 155.

<sup>68</sup> Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian* h.248

<sup>69</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Jogjakarta : Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 2002), cet.2 h.42

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)

##### 1. Sejarah Singkat PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)

HPA atau Herba Penawar Alwahida merupakan sebuah perusahaan network marketing syariah terbesar di dunia. Produk-produknya sangat fokus pada herba dan makanan kesehatan yang halal dan toyyib. Saat ini semua produk HPA telah mendapatkan sertifikat Good Manufacturing Product (GMP) dari WHO. Sertifikat ini menjadi bukti akan keunggulan produk HPA dan di terima lebih dari 30 negara di dunia.<sup>70</sup>

Perusahaan ini didirikan oleh Tuan H Ismail bin H Ahmad yang berasal dari Kg. Mat Ayer, Perlis yang pada waktu itu lebih dikenal dengan nama tradisional Al wahida. Setelah 8 tahun beroperasi, akhirnya HPA Industries sdn. Bhd. Di resmikan pada 15 Juli 1995.<sup>71</sup>

HPA masuk ke Indonesia pada tanggal 20 Mei 2000 dengan mitra utamanya PT Wahida Indonesia sebagai pengelola utama manajemen HPA Indonesia dan pendistribusian produk-produk HPA di Indonesia.

---

<sup>70</sup> <http://www.ilawati-apt.com/sekilas-profil-halal-network-hpai/> di akses pada Jumat, 28 Juli 2017 pk1 : 19.01

<sup>71</sup> <http://www.ilawati-apt.com/sekilas-profil-halal-network-hpai/> di akses pada Jumat, 28 Juli 2017pk1 : 19.02

Kemudian pada Januari 2003 Telah berdiri 1 pabrik HPA di Jakarta Selatan.<sup>72</sup>

Selain mendapatkan sertifikat GMP (Good Manufacturing Practise), Deperindag, Dirjen POM dan DEPKES RI yang tercantum sebagai obat tradisional impor bukan sebagai Food Supplement (makanan tambahan), Halal Gel Pakistan (sebagai gelatin pembungkus), Sirim ISO juga mendapat pengesahan dari Pusat Konsultasi Syariah sebagai perusahaan Multi Level Marketing Syariah (MLMS).<sup>73</sup>

## 2. Profil Perusahaan

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI, sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012. HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibbunnabawi, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam di Indonesia melalui entrepreneurship.<sup>74</sup>

---

<sup>72</sup> <http://www.ilawati-apt.com/sekilas-profil-halal-network-hpai/> di akses pada Jumat, 28 Juli 2017pkl. 19.12

<sup>73</sup> <https://hpasystem.wordpress.com/tag/sejarah-berdiri-hpa/> di akses pada 28 Juli 2017 pukul 19.01

<sup>74</sup> <http://hpaindonesia.net/profil-perusahaan/> diakses pada 28 Juli 20.17 pukul 19.25

## 2.1. PIMPINAN<sup>75</sup>

Dewan Syariah :

DR. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA

Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)

Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

Dewan Komisaris :

H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama )

Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris )

Dewan Direksi :

H. Agung Yulianto, SE, Ak. M.Kom (Direktur Utama | Managing Director)

H. Rofik Hananto, SE (Direktur | Director)

Supriyono, ST (Direktur | Director)

## 2.2. MOTTO

Referensi Utama Produk Halal Dunia

## 2.3. VISI

Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas

## 2.4. MISI

Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

---

<sup>75</sup> <http://hpaindonesia.net/profil-perusahaan/> diakses pada 28 Juli 2017 Pukul 19.32

## 2.5. ALAMAT

Jl Kelapa Sawit Raya Blok H-11 Pondok Kelapa, Duren Sawit,  
Jakarta Timur 13450 Telp. 021-8690 9600, Fax. 021-8690 6645

[www.hpaindonesia.net](http://www.hpaindonesia.net)

### **B. Proses Pengembangan Jaringan Dan Sistem Perekrutan Member Pada PT. Herba Penawar Alwahida (HPAI)**

Dalam pengembangan jaringan Multi Level Marketing di PT. Herba Penawar Alwahida menggunakan sistem *Binary Tree* yaitu pohon yang mempunyai akar dengan jumlah cabang maksimal dua, yang saling terpisah yang nantinya disebut dengan cabang kiri dari orang tua dan cabang kanan dari orang tua. Dalam sistem *binary tree* antara cabang kiri dan kanan sangat dibedakan, sedangkan pada *tree* sembarang secara umum urutan ini tidaklah penting.

Yang di maksud dengan *binary tree* di sini adalah jaringan dengan sistem satu kepala dengan dua tangan di kanan dan kiri, dan tangan kanan dan kirinya ini memiliki dua atau lebih anak cabang, dan member tersebut boleh merekrut member baru dengan sistem tersebut. Tidak harus berbentuk pohon piramid yang harus seimbang di kanan dan kiri jaringan guna tutup poin dan untuk kejar target di team.<sup>76</sup>

Perekrutan member baru akan mendapatkan *user name* atau akun dan *ID Card* sebagai bukti telah mendaftar menjadi member dari PT. Herba

---

<sup>76</sup> Ibu Iona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 4 Juni 2017.

Penawar Alwahida Indonesia (HPAI). *User name* dapat di gunakan untuk Log In di website resmi PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) guna melihat pendapatan bonus, status terbaru atau promo , jenjang karir dan lain sebagainya. Sedangkan ID Card dapat digunakan sebagai bukti fisik telah bergabung menjadi anggota atau member, dapat digunakan diseluruh outlet atau stokist HPAI Di seluruh Indonesia.<sup>77</sup>

Sebuah multi level marketing akan sukses bila setiap anggotanya melakukan perekrutan prospek. Selain perekrutan prospek, penjualan produk juga menjadi bagian dari MLM karena semakin banyak line yang berhasil direkrut, maka semakin banyak pula bonus yang di dapat oleh *Upline* dan beban penjualan produk akan semakin ringan.<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara dengan salah satu member HPAI diketahui bahwa setiap anggota yang telah bergabung dengan HPAI selalu di dorong untuk melakukan perekrutan prospek, agar membangun jaringan lebih besar untuk mempermudah pencapaian target penjualan yang nantinya akan menghasilkan *reward* yang telah ditawarkan perusahaan. Komunikasi pemasaran yang digunakan dengan mempromosikan produk dari mulut kemulut, atau dari pertemuan rutin yang dilakukan.<sup>79</sup>

Dari hasil wawancara dengan member HPAI lain, Beliau mengemukakan keikutsertaannya sebagai member HPAI hanya untuk mendapatkan potongan diskon harga member, karena pembelian produk yang

---

<sup>77</sup> Ibu Ilona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 4 Juni 2017.

<sup>78</sup> <https://jurnal.usu.ac.id/flow/article/viewFile/11352/4899> di akses pada 5 Juni 2017 pkl : 10.03

<sup>79</sup> Bapak Aziz Mahmud Idris, Member HPAI wawancara, 11 Juni 2017.

lumayan banyak dan produk dikonsumsi pribadi tidak untuk diperjualbelikan atau mencari keuntungan. Tidak menutup kemungkinan pula untuk merekrut member baru sebagai *downline*-nya.<sup>80</sup>

Terkait bonus yang diterima oleh member, ada dua bahasan yang perlu diketahui, yang pertama ; sumber bonus. Bonus besar yang sering jadi polemik yang diberikan perusahaan kepada member *qualified* bersumber dari keuntungan perusahaan hasil penjualan produk baik dari produk paket pendaftaran maupun penjualan eceran ( *repeat order* ).<sup>81</sup> Yang kedua : sistem pembonusan, pengelompokan dilakukan berdasarkan basis dan dasar pembonusan. Secara umum, dapat di golongkan dalam tiga kategori, yaitu :

- 1) Sistem pembonusan berdasarkan perkembangan jaringan.
- 2) Sistem pembonusan berdasarkan pembelian dan penjualan produk.
- 3) Sistem pembonusan berdasarkan jenjang karir; yaitu jumlah bonus dengan prosentase tertentu yang diberikan dan disesuaikan dengan jenjang karir dan posisi seorang member.<sup>82</sup>

Dari hasil keuntungan langsung :

20% - 30% bagi setiap produk berdasarkan harga anggota<sup>83</sup>

Contoh : 1. TRUSON

Harga konsumen	Rp. 100.000,-
Harga agen	Rp. 80.000,-
Keuntungan langsung	Rp. 20.000,- = 20%
Poin	30

Contoh : 2. STIMFIBRE

Harga konsumen	Rp. 350.000,-
----------------	---------------

---

<sup>80</sup> Bapak Aziz Idris, Member HPAI wawancara 11 Juni 2017.

<sup>81</sup> Supriyadi Yosup Boni, *Apa salah MLM?* h.130

<sup>82</sup> *Ibid.*, h.134

<sup>83</sup> Buku Panduan Sukses HPAI, h.17

Harga agen	Rp. 250.000,-
Keuntungan langsung	Rp. 100.000,- = 28,5%
Poin	100

Selain bonus yang di dapat oleh anggota, adapula pemberian *Reward* atau yang sering disebut Hadiah. *Reward* adalah hadiah tambahan yang diberikan kepada setiap member atas pencapaian tertentu, baik karena perkembangan jaringan atau pencapaian total penjualan. Umumnya, *reward* berbentuk fisik benda dan diberikan pada moment-moment tertentu seperti presentasi besar atau *anniversary* perusahaan. Seperti halnya bonus, sumber *reward* diambil dari keuntungan perusahaan. Sebagaimana telah digambarkan sebelumnya.<sup>84</sup> *Reward* yang di berikan oleh PT. HPAI berupa umroh dan wisata religi ke Turkey dengan *team* atau member yang telah mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan.<sup>85</sup>

Dari hasil wawancara, peneliti menarik kesimpulan tentang pengembangan jaringan yang dilakukan *upline* (Stokis) menggunakan sistem *binary tree* dimana *upline* merekrut member dua orang, ke kanan dan ke kiri yang disebut *downline*. Dan *downline* boleh merekrut anggota baru. Tidak harus berbentuk pohon piramida yang harus seimbang di kanan dan kiri jaringan guna tutup poin dan untuk kejar target di team.

Biasanya member ikut bergabung menjadi anggota dengan alasan yang pertama ikut berbisnis di multi level marketing dan ada pula bergabung sebagai member karena untuk potongan harga dari produk yang dibeli karena lebih hemat untuk pembelian berkala dalam konsumsi pribadi. Perolehan bonus bersumber

---

<sup>84</sup> Ibid., h.135

<sup>85</sup>Ibu Ilona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 4 Juni 2017

dari harga konsumen di kurangi harga agen, berikut beserta poin yang didapat dari penjualan produk. Poin tersebut sebagai penunjang karir dan *reward*.

## C. Tutup Poin Dan Money Game

### 1. Tutup poin

Poin adalah skor yang di peroleh dari penjualan produk atau barang yang jumlahnya ditentukan oleh perusahaan untuk mendapatkan suatu prestasi.<sup>86</sup> Tutup poin merupakan istilah lazim di kalangan member Multi Level Marketing atau *network marketing*. Tutup poin biasanya dipersyaratkan oleh perusahaan supaya bonus tertentu bisa cair.

Tutup poin dilakukan agar distributor mengetahui dalam bulan tersebut seberapa besar usahanya dalam melakukan kegiatan penjualan dan sponsoring. Tutup point merupakan salah satu wujud pelaporan sebuah perusahaan kepada distributornya. Justru jika ada Multi Level Marketing yang tidak melakukan kegiatan tutup poin atau pelaporan hasil kerja kepada distributor dan membernnya, harus dicurigai tentang sistem yang digunakan. Proses tersebut dilakukan oleh setiap distributor pada setiap akhir bulan. Proses tersebut dapat dikatakan sebagai tindakan pencegahan apabila terjadi hal yang tidak diinginkan yang menyebabkan tidak diketahuinya jumlah poin terakhir yang dikumpulkan oleh seorang distributor.<sup>87</sup>

---

<sup>86</sup> Ilona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 4 Juni 2017.

<sup>87</sup> Ibu Ilona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 4 Juni 2017.

Alasan kewajiban tutup poin untuk mendapatkan hak *transfer* bonus adalah alasan paling logis terkait larangan sebagian orang berbisnis Multi level marketing. Akan tetapi, sejatinya tidak serta merta dapat dijadikan dalil pengharaman MLM. Sebab banyak faktor yang perlu dianalisa termasuk dalil syar'i yang mendasarinya. Disatu sisi, kewajiban tutup poin dapat ditafsirkan sebagai (a) sebagai sarana yang menjebak ke dalam *riba al fadhal* akibat nominal untuk membeli produk “wajib” lebih kecil dari jumlah bonus yang diterima. (b) terindikasi memaksa para member membeli produk yang tidak mereka butuhkan.<sup>88</sup>

Adapun indikasi paksaan dalam tutup poin yang menjadi alasan kenapa MLM diharamkan juga tertolak, sebab :

1. Sebuah indikasi pelanggaran belum dapat dianggap pelanggaran, apalagi sebuah dasar pengharaman.
2. Tidak semua paksaan diharamkan dalam Islam. Seorang hakim boleh memaksa orang yang terlilit hutang menjual seluruh asetnya untuk membayar hutang-hutangnya. Paksaan hakim tersebut tidak hanya boleh bahkan wajib dilaksanakan. Sekalipun bagisebagian orang dapat menerjemahkannya sebagai tindakan dzalim sang hakim.
3. Paksaan yang dilarang adalah paksaan tanpa sebab yang dibenarkan syariat, terutama yang terjadi diawal transaksi saat para pihak berhak memilih bertransaksi atau tidak. Namun paksaan oleh sebab yang dibenarkan, bukanlah pelanggaran, tutup poin termasuk dalam hal ini.
4. Indikasi paksaan juga terjadi di bisnis konvensional. Contohnya, perusahaan A menyiapkan *reward* sebesar Rp. 100 juta bagi tenaga pemasar yang mencatatkan omzet penjual sebesar Rp.500jt dan berlaku kelipatan. Tenaga pemasar B berhasil mencatat omzet sebesar 2 miliar, tenaga C sebesar 1,3 miliar, dan tenaga pemasar D mencatat omzet sebesar Rp. 499jt.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Supriyadi Yosup Boni, *Apa Salah MLM?..* h. 194

<sup>89</sup> *Ibid.*, h. 196-197

Berdasarkan paparan singkat diatas peneliti berkesimpulan bahwa alasan tutup point tidak tepat bahkan tertolak jika dijadikan dasar pengharaman MLM. Namun demikian, perusahaan MLM dianjurkan mengkaji ulang syarat tutup poin atau menghilangkannya dari marketing plan demi memenuhi anjuran *al-ihthiyah* (kehati-hatian), tetapi bukan karena alasan *at-tahrim* (pengharaman).

## 2. Money Game

*Money game* atau “Penggandaan uang” atau “permainan uang” secara sederhana dapat diartikan sebagai cara berbisnis yang tidak wajar dan cenderung menipu yang dilakukan oleh perusahaan investasi palsu, dengan cara menawarkan produk investasi yang dijamin pasti aman dan pasti untung. Serta memberikan bagi hasil yang sangat tinggi dalam waktu singkat. Produk investasi yang ditawarkan berupa : kerjasama bisnis pertanian dan perkebunan, kerjasama bisnis perdagangan pulsa telephone, kerjasama bisnis peternakan burung onta, kerjasama bisnis perdagangan emas, tabungan haji, dan lain-lain.<sup>90</sup>

*Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai

---

<sup>90</sup> Sefrianto D. Purnomo. *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kompar Gramedia. 2011) h.68

kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.<sup>91</sup>

*Money game* merupakan permainan uang yang dilakukan oleh perusahaan yang mengaku dirinya adalah perusahaan MLM untuk menutupi kedoknya. Yang dilakukan oleh perusahaan MLM palsu ini hanyalah merekrut member sebanyak-banyaknya hingga terbentuk jaringan kemudian jaringan tersebut digunakan untuk mendapatkan bonus tanpa menjual produk atau barang.<sup>92</sup>

Sistem permainan uang cenderung menggunakan skema piramida (atau skema Ponzi) dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya. Dalam pemasaran berjenjang, walaupun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi tanpa omzet tentu saja bonus tidak akan diperoleh. Informasi tentang jenis pemasaran berjenjang yang benar dapat mengacu pada Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 73/MPP/Kep/3/2000 Tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang.<sup>93</sup>

Dalam skema piramida, para investor diwajibkan untuk merekrut anggota baru sebanyak banyaknya. Jika tidak mampu merekrut anggota baru sesuai ketentuan, maka uang investor yang diuntungkan dalam bisnis

---

<sup>91</sup> Ibid., h.311

<sup>92</sup> Ibu Iona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 5 Agustus 2017.

<sup>93</sup>Lihat Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 73/MPP/Kep/3/ 2000, Bab IV Pasal 9 tentang Larangan bagi Perusahaan Penjualan Berjenjang.

skema piramida hanyalah investor yang bergabung paling awal, sementara sebagian investor lainnya hanya gigit jari karena kehilangan uang.<sup>94</sup>

*Money game* hanya menguntungkan bagi orang yang pertama atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakang, keuntungan/keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk satu format Piramida. Dalam praktik penjualan produk di HPAI tidak harus menargetkan seberapa banyak anggota yang harus di rekrut dengan sistem seimbang kanan dan kiri.<sup>95</sup>

Berdasarkan paparan singkat diatas peneliti berkesimpulan bahwa perbedaan MLM dan *Money Game* terletak pada sistem perekrutan anggota dan jaringan, MLM adalah praktik penjualan secara berjenjang dengan sistem *downline* dan *upline*, sedangkan *money game* mencari keuntungan uang dengan cara merekrut anggota sebanyak-banyaknya untuk bergabung tanpa menjual produk, dan MLM palsu tidak terdaftar di APLI dan hanya mengembangkan jaringan tidak menjual produk atau barang.

#### **D. Multi Level Marketing Syariah Menurut Perspektif Dewan Syariah Nasional MUI No.75/ DSN-MUI/VII/2009.**

Multi level marketing syariah adalah penjualan berjenjang yang menggunakan nilai-nilai ekonomi syari'ah yang berlandaskan tauhid, akhlak

---

<sup>94</sup> Laila Fitria, "Perbedaan MLM Asli dan MLM Palsu" dalam <http://lailabizmoney.blogspot.com/html/>, pada 1 Juni 2017 pkl : 19.00

<sup>95</sup> Ibu Iona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 5 Agustus 2017.

dan hukum muamalah. Dalam kegiatannya multi level marketing syariah selalu mengedepankan nilai-nilai Islam dalam transaksi. Agar tercapainya suatu akad jual beli yang sah ditetapkan oleh syariat Islam.

Multi level marketing syariah yang diterapkan oleh PT HPAI adalah praktik penjualan yang berlandaskan tauhid dan syariat Islam. Dalam penjualannya diawasi oleh APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Kejelasan produk yang dijualbelikan, kejelasan tentang pembagian bonus, kejelasan akad dalam bertransaksi, dan kejelasan tentang perekrutan anggota baru atau member. Pembuatan produk diawasi oleh BPOM dan sudah mendapatkan sertifikat halal dari DSN MUI.<sup>96</sup>

Berbeda dengan Multi level marketing konvensional, lebih mengutamakan keuntungan dalam perekrutan member, pengembangan jaringan lalu selanjutnya pengembangan jaringan tersebut digunakan sebagai pendapatan bonus untuk *upline* dan untuk semua yang telah berhasil merekrut member baru akan mendapatkan bonus. Kemudian dalam Penjualan produk berdasarkan harga yang telah ditetapkan bahkan ada harga tambahan dari harga normal sebagai penghasilan dari menjual produk. Sedangkan MLM Syariah Menjual produk dengan jujur sesuai harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak yaitu aspek produk atau jasa yang dijual dan sistem dari MLM itu sendiri. Dari aspek produk yang dijual, dalam hal ini objek dari

---

<sup>96</sup> Ilona Yamashita, Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur, wawancara 11 Juni 2017

MLM harus merupakan produk-produk yang halal dan jelas bukan produk yang dilarang oleh agama. Selain halal objek yang dijual juga harus bermanfaat dan dapat diserahkan serta mempunyai harga yang jelas. Oleh karena itu walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan oleh orang muslim namun apabila objeknya tidak jelas bentuk, harga dan manfaatnya maka hal itu bisa dikatakan tidak sah.<sup>97</sup>

Menurut MUI, penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usahanya secara berturut-turut. Penjualan yang dimaksud tersebut adalah penjualan yang berbasis syariah. Tidak mengandung kegiatan *money game*.<sup>98</sup>

Berdasarkan fatwa tersebut sebuah perusahaan MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik dalam produk yang dijual maupun oprasionalnya, apabila memenuhi 12 poin seperti yang diterapkan dalam fatwa tersebut.

#### **Pertama : Ketentuan Umum**

13. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.

---

<sup>97</sup> Firman Wahyudi, *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah*, dalam Al-Banjari Vol. 13, No. 2, Juli-Desember, 2014. h.175

<sup>98</sup> Lihat pada Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pemasaran Langsung Berjenjang Syariah.

14. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
15. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
16. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangundangan yang berlaku.
17. Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan.
18. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
19. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
20. Ighra' adalah daya tari luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan halhal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
21. *Money Game* (permainan uang).

22. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
23. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
24. *Mitra usaha/stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

Dari 12 poin di atas, ketentuan umum menjadi landasan dasar Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) memperbolehkan kegiatan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Kemudian dalam penetapan ketentuan hukum dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Kedua : Ketentuan Hukum**

13. Objek PLBS ini bisa apa saja asal halal dan bermanfaat.
14. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan/atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
15. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), riba (bunga / rente) , dharar (tidak bermanfaat), dzulm (Kezaliman), dan maksiat.
16. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), *Excessive Mark-Up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
17. Besarnya komisi tidak ditentukan berdasarkan masuknya uang iuran keanggotaan.

18. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya.
19. Tidak ada bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
20. Pemberian komisi atau bonus tidak menimbulkan *ighra'*, yaitu daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus/komisi yang dijanjikan.
21. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan (*dzulm*) dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
22. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.
23. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
24. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dari 12 poin di atas, penetapan ketentuan hukum perlu ditegaskan dalam poin 8 pembagian bonus yang tidak mengandung unsur *Ighra'*. Karena melalaikan kewajiban utama dalam penjualan produk dapat menimbulkan ke permainan uang atau *money game*. Selanjutnya penetapan dalam ketentuan akad yang terjadi dalam PLBS yaitu sebagai berikut :

### **Ketiga : Ketentuan Akad**

Akad-akad yang digunakan dalam PLBS di PT. HPAI adalah:

6. Akad *Bai' al Murabahah* yaitu : jual beli barang dengan harga pokok pembelian ditambah dengan tingkat keuntungan tertentu (margin) yang diinformasikan kepada pembeli.
7. Akad *Ju'alah* dapat diartikan dengan hadiah yang dijanjikan ketika seseorang berhasil melakukan sebuah pekerjaan.

Kedua akad tersebut saling berkaitan, yang menjelaskan tentang sistematis pembagian bonus dan reward (penghargaan) untuk anggota yang berprestasi. Perusahaan MLM dapat dikatakan MLM Syariah apabila sudah memenuhi apa yang telah ditetapkan oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI yang telah dijelaskan dari ketentuan-ketentuan di atas.

Untuk melihat perbedaan mendasar antara MLM Syariah dan Multi Level Marketing Konvensional dapat dilihat pada tabel berikut :

<b>No.</b>	<b>Multi Level Marketing Syariah</b>		<b>Multi Level Marketing Konvensional</b>
<b>1</b>	Terdaftar pada APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) bahkan WFDSA (World Federation of the Direct Selling Associations).	><	Perusahaan Multi Level Marketing Konvensional tidak tergabung dalam anggota APLI dan WFDSA
<b>2</b>	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	><	Hanya menguntungkan bagi orang yang pertama atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakang

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 ybs 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

Dari matrix di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa perbedaan yang paling menonjol antara Multi Level Marketing Syariah dengan Multi Level Marketing Konvensional terletak pada point ketiga, karena dalam praktik penjualan MLM Syariah dilakukan secara amanah dan tidak merugikan orang lain yang sebagai bawahannya atau *downline*. Sedangkan Multi Level Marketing Konvensional cenderung menggunakan sistem piramida, sistem tersebut juga disebut *passive income* (penghasilan yang didapat dari aset yang dimilikinya tanpa harus bekerja secara aktif di dalamnya) yang hanya menguntungkan atasan atau *upline* atau *leader* dari suatu MLM, dan terdapat unsur dzalim untuk *downline* yang berada di bawahnya karena terus aktif dalam mencari pendapatan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Multi level marketing adalah Penjualan yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Dalam pengembangan jaringan Multi Level Marketing di PT. Herba Penawar Alwahida menggunakan sistem *Binary Tree* yaitu pohon yang mempunyai akar dengan jumlah cabang (anak) maksimal dua, yang saling terpisah disebut dengan cabang kiri dari orang tua dan cabang kanan dari orang tua.

*Money game* merupakan permainan uang yang dilakukan oleh perusahaan yang mengaku dirinya adalah perusahaan MLM untuk menutupi kedoknya Multi level marketing syariah merupakan kegiatan penjualan langsung berjenjang yang mengikuti syariat Islam dan tidak melanggar hukum, baik hukum positif atau hukum Islam. Penjualan yang dimaksud tersebut adalah penjualan yang berbasis syariah. Tidak mengandung kegiatan *money game*.

## **B. SARAN**

Dari kesimpulan di atas, peneliti ingin memberikan saran-saran sebagai berikut :

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 dinomorduakan.

Kepada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia khususnya Stokist Cabang Pekalongan Lampung Timur memperhatikan sistem penjualan agar tidak terjadi pelanggaran terhadap etika bisnis.

Kepada member atau anggota HPAI sebaiknya kerjasama tim, supaya tidak terjadi money game dan tutup poin seharusnya tidak diharuskan karena dalam pencapaiannya sangat rumit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, Republika, (Jakarta : 15 Pebruari 2002)
- Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, "*Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*" (Surakarta : Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta) dalam *Falah Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No.1, Februari 2016
- Anis Tyas Kuncoro, "Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah" (Semarang : Fakultas Agama Islam Unissula) dalam *Konsep Bisnis Multilevel Marketing*, Sultan Agung Vol XLV No. 119 September – November 2009
- Badri Khaeruman, *Hukum Islam Dalam Perubahan Sosial*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010)
- Departemen Agama RI Al-Qur'an Dan Terjemahan. ( Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2013)
- Dewi Rosmala, Gilang Kresna, "Implementasi Alogaritma Binary tree pada sistem informasi Multi Level Marketing" dalam *Jurnal Informatika* (Bandung : Jurusan Teknik Informatika institut Teknologi Bandung ), No.3 Vol.3 September-Desember 2012
- Dimyuaddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010)
- Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. (Bogor : PT. Berkat Mulia Insani, 2016)
- Felicia Soedjiyanto, Gregorius Satia Budhi. "*Pembuatan Sistem Informasi Multilevel Marketing (MLM) Berbasis Web studi kasus pada pt. Mediderma indonesia*"*jurnal informatika* vol. 6, no. 2, November 2005
- Firman Wahyudi, *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah*, dalam *Al-Banjari* Vol. 13, No. 2, Juli-Desember, 2014.
- Gemala Dewi et.al, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2005)
- Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Sejak 1975*, (Erlangga, Jakarta: 2011).

<http://meliapropolismeliabiyang.blogspot.co.id/p/profile-prusahaan.html>

[http://storage.jakstik.ac.id/ProdukHukum/Perdagangan/KMPP\\_73.PDF](http://storage.jakstik.ac.id/ProdukHukum/Perdagangan/KMPP_73.PDF)

[http://www2.bkpm.go.id/images/uploads/prosedur\\_investasi/file\\_upload/Permendag\\_32\\_MDAG\\_PER\\_8\\_2008.pdf](http://www2.bkpm.go.id/images/uploads/prosedur_investasi/file_upload/Permendag_32_MDAG_PER_8_2008.pdf)

<https://www.apli.or.id/direct-selling/>

Husain Umar, *Metodologi untuk Skripsi dan tesis Bisnis*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2009)

Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003)

Husein Umar, *Metode Penelitian Skripsi dan Tensis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009)

Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif edisi revisi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012)

Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999)

Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing ( MLM ) dalam *Perspektif Hukum Islam*". Lampung : IAIN Raden Intan. ASAS, Vol.3, No.1, Januari 2011

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi dengan contoh-contoh Aplikasi Proposal Penelitian dan Lapangan*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)

Randal Liandra, *Rasionalitas Member Dalam Bisnis Multi Level Marketing* (Studi Tentang Member Melia Sehat Sejahtera (MSS) di Kota Tanjungpinang dalam Naskah Publikasi Jurusan Sosiologi 2015

S Nasution, *Metode Research, (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumiaksara, 2012)

Serfianto D. Purnomo et.al *Multi Level Marketing Money Game dan Skema Piramida* (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo. 2011)

Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2003 )

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Hukum*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010)

Supriyadi Yosup Boni, *Apa salah MLM?* (Jakarta : Pustaka Al-Kausar. 2017)

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid I* (Jogjakarta : Yayasan Penerbit Psikologi UGM, 1994)

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Metro: P3M STAIN Metro, 2013)

W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296  
Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); email: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-0329/In.28/F-Sy/PP.00.9/07/2017

Metro, 20 Juli 2017

Lampiran : -

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,  
Stokist HPAI Cabang Pekalongan, Lampung Timur  
di - Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa kami:

Nama : Liva Regiana  
NPM : 13112389  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Judul : Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No.75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus Di PT. Herbal Penawar Al-Wahidah Indonesia (HPAI) Stokist Cabang Pekalongan, Lampung Timur)

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dekan,

**Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP. 197401041999031004



## SURAT PERMOHONAN PRA-SURVEY

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liva Regiana  
NPM : 13112389  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

Dengan ini mengajukan surat Permohonan kepada Dekan Syariah agar dapat memberikan surat Pra-Survey dalam penelitian Proposal Skripsi berjudul **MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO:75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus di PT Herbal Penawar Al-Wahidah Indonesia (HPAI) Stokist Cabang Pekalongan, Lampung Timur)**

Tujuan: Stokist HPAI Cab. Pekalongan, Lampung Timur

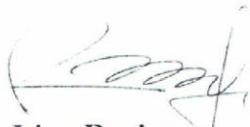
Demikian surat permohonan ini saya buat. atas perkenan Ibu saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

B-329  
(20-07-2017)

AGENDA SURAT MASUK
Terima Tgl : 20-07-2017
No. Agenda : 68

Metro, 17 Juli 2017  
Pemohon,

  
**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-438/In.28/D.1/TL.00/08/2017  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,  
PIMPINAN STOKIST HPAI PT.  
HERBA PENAWAR ALWAHIDA  
INDONESIA (HPAI) STOKIS  
di-  
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor B-448/In 28/D 1/TL 01/08/2017 tanggal 15 Agustus 2017 atas nama saudara,

Nama : LIVA REGIANA  
NPM : 13112389  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) STOKIS, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO. 75/DSN-MUI/II/2009".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 15 Agustus 2017

Dekan

Muhammad Fatarib Ph.D

19740104 199903 1 004

## SURAT BALASAN

Hal : **Balasan**

Kepada Yth,  
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah  
(HESy)  
Nety Hemawati, SH., MA., MH.,  
Di Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Ilona Yamashita**  
Jabatan : Stokist HPAI  
Alamat : Jln. Raya Pekalongan No. 215 RT/RW : 009/003 Dsn :  
III B 30A Desa Adirejo Kec. Pekalongan. Kab. Lampung  
Timur

Menerangkan bahwa :

Nama : **Liva Regiana**  
NPM : 13112389  
Jurusan / Prodi : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul : **Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009.**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan Terimakasih.

Pekalongan, Agustus 2017  
Hormat kami,



**Ilona Yamashita**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-448/In.28/D.1/TL.01/08/2017

Wakil Dekan I Fakultas Syaria' ah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : LIVA REGIANA  
NPM : 13112389  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syaria' ah

Untuk : 1. Mengadakan observasi/survey di PT. HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) STOKIS, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO. 75/DSN-MUI/VII /2009".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
LONA YAMASHITA



Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 15 Agustus 2017

Dekan

  
Husnul Fatarib Ph.D  
NIP 19740104 199903 1 004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1035/ln.28/S/OT.01/09/2017**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : LIVA REGIANA  
NPM : 13112389  
Fakultas / Jurusan : Syari'ah / Hukum Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 13112389.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 29 September 2017  
Kepala Perpustakaan

*[Handwritten Signature]*  
Drs. Mokhtarich Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-448/In.28/D.1/TL.01/08/2017

Wakil Dekan I Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : LIVA REGIANA  
NPM : 13112389  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Untuk : 1. Mengadakan observasi/survey di PT. HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) STOKIS, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO. 75/DSN-MUI/VII /2009".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Aziz Nurhidayah *Qis-Siti*



Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 15 Agustus 2017

Dekan

  
Abdul Fatarib Ph.D  
NIP 19740104 199903 1 004

**MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PERSPEKTIF FATWA  
DEWAN SYARIAH NASIONAL No : 75/DSN MUI/VII/2009**

**(Studi Kasus di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Stokist Cab.  
Pekalongan, Lampung Timur)**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL DEPAN**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSEJUTUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I           PENDAHULUAN**

- E. Latar Belakang Masalah
- F. Pertanyaan Penelitian
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Penelitian Relevan

## **BAB II            LANDASAN TEORI**

- D. Multi Level Marketing (MLM)
  - 3. Pengertian Multi Level Marketing (MLM)
  - 4. Dasar Hukum Multi Level Marketing (MLM)
- E. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)
  - 5. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
  - 6. Praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
  - 7. Sistem Penjualan MLM
  - 8. Multi Level Marketing Syariah
- F. Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009

## **BAB III            METODOLOGI PENELITIAN**

- E. Jenis dan Sifat Penelitian
- F. Sumber Data
- G. Teknik Pengumpulan Data
- H. Teknis Analisis Data

## **BAB IV            HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN**

- E. Gambaran Umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)
- F. Proses pengembangan jaringan dan sistem perekrutan member pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI).
- G. Tutup Poin dan *Money Game*.
- H. Multi Level Marketing Syariah menurut perspektif Dewan Syariah Nasional MUI No.75/ DSN-MUI/VII/2009.

## **BAB V            PENUTUP**

- C. Kesimpulan
- D. Saran

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

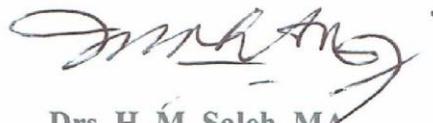
Metro, Juli 2017

Penulis



**Liva Regiana**  
NPM 13112389

**Pembimbing I**



**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

**Pembimbing II**



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

## **ALAT PENGUMPULAN DATA**

### **PADA STOKIST PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA (HPAI) CAB. PEKALONGAN, LAMPUNG TIMUR DAN PADA MEMBER ATAU *DOWNLINE* HPAI**

#### **A. PEDOMAN WAWANCARA**

##### **1. Wawancara kepada stokist PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) cab. Pekalongan, Lampung Timur**

- a) Bagaimana proses pengembangan jaringan dan sistem perekrutan member pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada stokist cab. Pekalongan, Lampung Timur ?
- b) Bagaimana Multi Level Marketing Syariah dalam PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)? Dan apakah perbedaannya dengan Multi Level Marketing pada umumnya ?
- c) Bagaimana praktik penjualan barang pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)?
- d) Apakah ada unsur money game di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)?
- e) Bagaimana prosedur dan persyaratan penerbitan Surat Izin usaha Penjualan Langsung (SIUPL) di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada stokist cab. Pekalongan, Lampung Timur ?

##### **2. Wawancara kepada member (*downline*) PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) cab. Pekalongan, Lampung Timur.**

- a) Bagaimana proses untuk menjadi member atau *Downline* di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cab. Pekalongan, Lampung Timur?

- b) Bagaimana proses pengembangan jaringan setelah menjadi member atau *Downline* di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Cab. Pekalongan, Lampung Timur?
- c) Bagaimana praktik penjualan barang pada PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)?
- d) Apasaja syarat-syarat menjadi member dan merekrut member baru di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada stokist cab. Pekalongan, Lampung Timur ?
- e) Apakah ada sistem tutup point untuk mendapatkan bonus atau komisi di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) pada stokist cab. Pekalongan, Lampung Timur ?

## B. PEDOMAN DOKUMENTASI

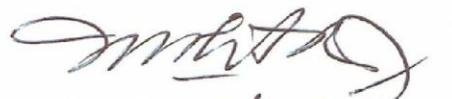
1. Profil Stokist PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)
2. Profil jaringan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)
3. Literatur tentang Multi Level Marketing.

Metro.            Juli 2017  
Penulis



**Liva Regiana**  
NPM 13112389

**Pembimbing I**



**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

**Pembimbing II**



**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002



**Foto Sertifikat Bukti Bahwa Ibu Ilona Yamashita adalah Stokist resmi HPAI Cabang Pekalongan Lampung Timur**



**Foto Lokasi Penjualan Produk HPAI di Jln. Raya Pekalongan No. 215 RT/RW : 009/003 Dsn : III B 30A Desa Adirejo Kec. Pekalongan. Kab. Lampung Timur**



Beberapa Contoh foto produk HPAI di Stokist milik Ibu Ilona



Wawancara dengan Bapak Aziz Mahmud Idris, Member HPAI



Kartu Anggota HPAI Milik Bapak Aziz Idris.

**hpai**  
PILIH DUA SUDU

# SUCCESS PLAN

SIUPL  
www.hpaindonesia.net

## PARADIGMA SUKSES BISNIS HPAI

Sukses bisnis dengan 20 HPAI Network - HPAI sangat dituntut untuk:

- Prosentase hpaipoint 40% hingga 100%
- Omset tinggi dan kualitas produk
- Prestasi yang dapat diukur dan diukur

Gunakan Buku Panduan Sukses dan Buku Paket Agen Sukses (PAS) serta Vital Sign - Jalan Sukses untuk membantu memandu kesuksesan sahabat

**DEWAN SYARIAH NASIONAL - MUI**  
National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

### SERTIFIKAT

شهادة

Keputusan berdasarkan surat perintah dari Ketua MUI yang memuat ke dalam sertifikat sebagai berikut:

**hpai network sebagai pusat**

Menyatakan, bahwa hpai network sebagai pusat yang telah memenuhi syarat sebagai berikut:

Nama : PT Erika Persewa Abadi Indonesia  
 Alamat : Jl. Pendidikan Lapangan, Kecamatan Srenggeh  
 Nomor : Komplek Bily & Mulya  
 Kode Pos : 1345 112 Nomor 4, Duren Sawit, Jakarta Timur 1345  
 Jenis : Persewa Komersial

DEWAN SYARIAH NASIONAL  
MAJELIS ULAMA INDONESIA

## ISTILAH-ISTILAH KEPANGKATAN

<b>AB</b>	AGEN BIASA LAB	10% - 14% - 17%
	- Agen 10%	1.000 - 1.000 Point
	- Agen 14%	2.000 - 2.000 Point
	- Agen 17%	3.000 - 3.000 Point
<b>M</b>	MANAGER (M)	8.000 Point
<b>SM</b>	SENIOR MANAGER (SM)	3 M

### ISTILAH-ISTILAH KEPANGKATAN



**EM** EXECUTIVE MANAGER (EM) : 6 M ..... 26%

```

    graph TD
      EM[EM] --- M1[M]
      EM --- M2[M]
      EM --- M3[M]
      EM --- M4[M]
      EM --- M5[M]
      EM --- M6[M]
  
```

**D** DIRECTOR (D) : 2 SM + 4 M ..... 29%

```

    graph TD
      D[D] --- SM1[SM]
      D --- SM2[SM]
      D --- M1[M]
      D --- M2[M]
      D --- M3[M]
      D --- M4[M]
  
```

### KEUNTUNGAN LANGSUNG



20 % - 30 % bagi setiap produk berdasarkan harga anggota

**Contoh 1. TRUSON**

Harga KWh sumbu	Rp. 100.000
Harga Retail	Rp. 80.000
Keuntungan Langsung	Rp. 20.000 = 20%
Point	10

**Contoh 2. STIMFIBRE**

Harga KWh sumbu	Rp. 350.000
Harga Retail	Rp. 250.000
Keuntungan Langsung	Rp. 100.000 = 28,5%
Point	100

### ISTILAH-ISTILAH KEPANGKATAN



**SD** SENIOR DIRECTOR (SD) : 4 SM + 2 M ..... 32%

```

    graph TD
      SD[SD] --- SM1[SM]
      SD --- SM2[SM]
      SD --- SM3[SM]
      SD --- SM4[SM]
      SD --- M1[M]
      SD --- M2[M]
  
```

**ED** EXECUTIVE DIRECTOR (ED) : 6 SM ..... 35%

```

    graph TD
      ED[ED] --- SM1[SM]
      ED --- SM2[SM]
      ED --- SM3[SM]
      ED --- SM4[SM]
      ED --- SM5[SM]
      ED --- SM6[SM]
  
```

### BONUS DAN ROYALTI AGEN

1. Bonus Agenstar
2. Bonus Prestasi Personal (BPP)
3. Bonus Prestasi Group (BPG)
4. Bonus Demografi Pelanggan (BDGP)
5. Bonus Dampak Diambil in-Flow (BDIC)
6. Royalti Stabilitas Bekas (RSB)
7. Royalti Kemajuan Jaringan (RKJ)
8. Royalti LED
9. Royalti LED Emerald & LED Platinum

hpoi  
 1. www.hpoi.com  
 2. www.hpoi.com  
 3. www.hpoi.com  
 4. www.hpoi.com  
 5. www.hpoi.com  
 6. www.hpoi.com  
 7. www.hpoi.com  
 8. www.hpoi.com  
 9. www.hpoi.com



### 1. BONUS AGENSTOK



- Bonus Agenstok adalah bonus yang diperoleh dari penjualan Agenstok kepada struktur niaga yang paling rendah dengan rumus poin penjualan dikalikan prosentase

Contoh perhitungan Bonus Agenstok:

PA (Pusat Agensi) : 16%  
 PSD (Pusat Stokis Daerah) : 13%  
 STK (Stokis) : 11%

### 3. BONUS PRESTASI GROUP (BPG)

- Bonus Prestasi Group (BPG) adalah persen (%) level kebangkitan dikali total poin group (total termasuk poin pribadi) dikurangi BPP dari Mitra yang aktif.
- Syarat mendapatkan BPG adalah target penjualan pribadi > 1000 poin
- Cara perhitungan BPG

BPP = 6 x (20% x 1.000) x Rp 1.000 = Rp 6.300.000  
 BPP Mitra = 6 x (20% x 3.000) x Rp 1.000 = Rp 4.140.000  
 BPG = Rp 6.300.000 - Rp 4.140.000 = Rp 2.160.000



### 2. BONUS PRESTASI PRIBADI (BPP)

- Bonus Prestasi Pribadi (BPP) adalah bonus atas poin TP pribadi agen dikalikan prosentase sesuai pangkatnya.
- Semua belanja Agen berapapun jumlahnya berhak atas BPP sesuai dengan prosentase pangkatnya.
- Cara perhitungan BPP:

Misal - Poin Pribadi : 1.000 poin  
 - Pangkat : Manager (20%)

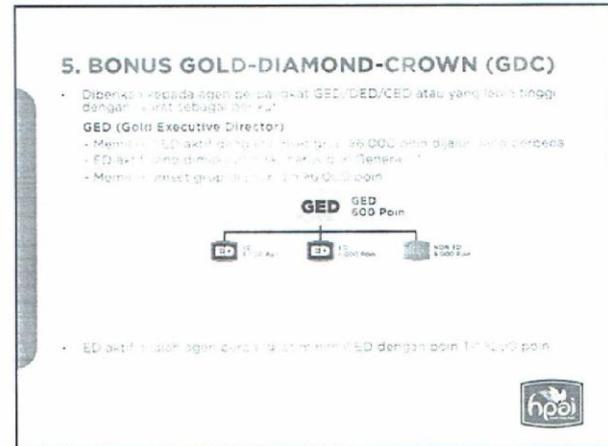
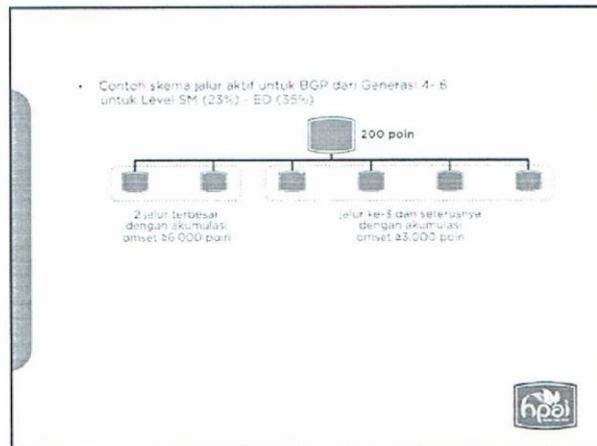
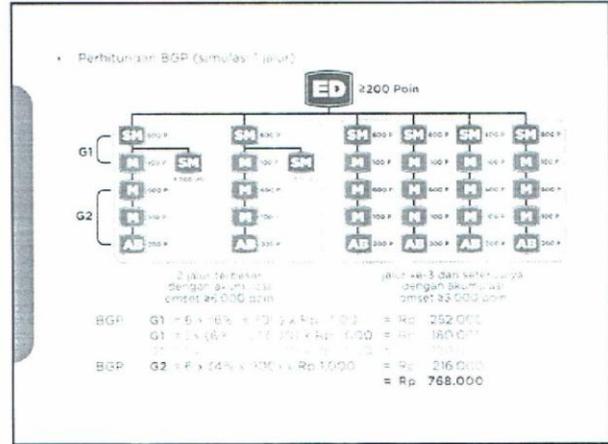
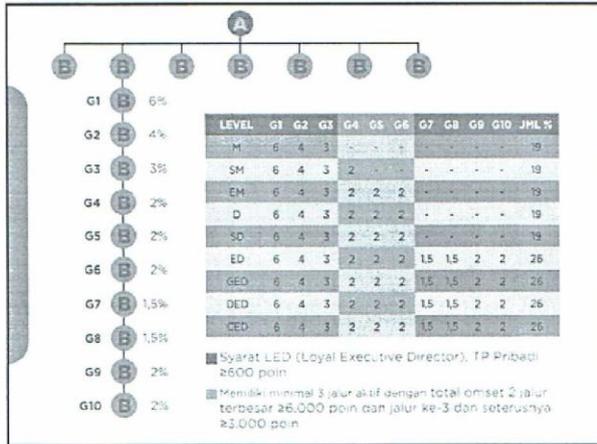
BPP = 20% x 1.000 poin x Rp 1.000 = Rp 200.000



### 4. BONUS GENERASI PANGKAT (BGP)

- Bonus ini diberikan ke seluruh rekan pangkat di bawah Manager aktif yang memiliki poin > 5000 poin minimal Manager aktif
- Manager aktif adalah Manager yang poin TP pribadi > 2000 poin
- Bonus akan diberikan setiap 3 (tiga) generasi sesuai kualifikasi dan syarat yang berlaku







### 7. ROYALTI KEMAJUAN JARINGAN (RKJ)

- Syarat TP Pribadi untuk mendapatkan RKJ dijelaskan pada tabel berikut :

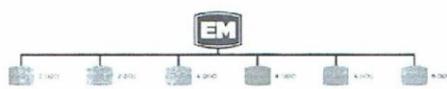
Syarat TP Pribadi	Nilai RKJ
200 Poin	x 1
600 Poin	x 3

- Pangkat ≥ Senior Manager (SM)
- Royaliti diberikan 5% daripada Poin Internasional HPAI secara proposional berdasarkan perolehan poin.
- Perhitungan poin dari masing-masing jalur dengan batasan sebagai berikut sesuai pangkat agen.



### 7. ROYALTI KEMAJUAN JARINGAN (RKJ)

- Perhitungan Royaliti RKJ
- Asumsi:
  - Poin HPAI Internasional: 7000.000 Poin
  - Index RKJ Agen (misal) : 40.000 Index



- Index Anda = 2 + 2 + 3 + 3 + 3 + 3 = 16 Index
- RKJ Anda =  $\frac{16}{40.000} \times 6\% \times 7000.000 \text{ Poin} \times \text{Rp } 1.000$   
= **Rp 168.000** (jika TP 200 Poin)
- Jika TP 600 Poin = Rp 168.000 x 3 = **Rp 504.000**



### 7. ROYALTI KEMAJUAN JARINGAN (RKJ)

Level Anda	Index Maksimum per Jalur
SENIOR MANAGER	2
EXECUTIVE MANAGER	3
DIRECTOR	4
SENIOR DIRECTOR	5
EXECUTIVE DIRECTOR	6

Indeks Maksimum = INDEX x 1.000 poin

- Royaliti RKJ

Index RKJ Anda	x 6% dari POIN Internasional HPAI
Index RKJ Agen Internasional	



### 8. ROYALTI LED (Loyal Executive Director)

- Poin LED: 10000000 Poin
- Yang berhak LED adalah agen dengan prestasi dan kualifikasi tertentu yang ditetapkan berdasarkan nilai kinerja tertentu sesuai SM 7.1.1.1.1
- Royaliti diberikan 5% daripada Poin Internasional HPAI secara proposional berdasarkan perolehan poin.
- Perhitungan poin dari masing-masing jalur adalah maksimum 10.000 poin
- Cara Kerja:
  - Nilai POIN Anda x 5% dari POIN Internasional HPAI
  - Nilai POIN Internasional HPAI



### 9. ROYALTY LED EMERALD & LED PLATINUM

- LED Emerald adalah seorang LED HPAI yang memiliki 9 jalur ED (tidak harus di Generasi pertama), dengan omset masing-masih ED minimal 18.000 Poin. Syarat TP Pribadi LED Emerald 2600 Poin
- LED Platinum adalah seorang LED HPAI yang memiliki 12 jalur ED (tidak harus di Generasi pertama), dengan omset masing-masih ED minimal 18.000 Poin. Syarat TP Pribadi LED Platinum 2600 Poin
- Ketentuan Royalti LED Emerald & LED Platinum:
  - Nilai Royalty LED Emerald & LED Platinum secara total adalah 2% dari Omset Poin HPAI International
  - Royalty LED Emerald nilainya adalah 1% dari Omset Poin HPAI International, dibagi rata dengan semua LED Emerald dan LED Platinum yang memenuhi syarat.
  - Royalty LED Platinum nilainya adalah 2% dari Omset Poin HPAI International, dengan mekanisme perhitungan, 1% dibagi rata dengan semua LED Platinum yang memenuhi syarat, dan 1% lagi dibagi rata dengan seluruh LED Platinum & LED Emerald yang memenuhi syarat.
- Syarat minimal omset HPAI International yang tercapai untuk dapat keluarnya Royalti ini, ditentukan oleh SK Direksi.



### BONUS BERSIH GRUP (BBG)

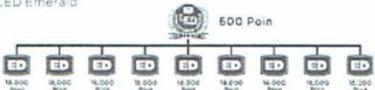
- Bonus Bersih Grup (BBG) adalah pembagian bonus yang memiliki ukuran prestasi LED, Agensi HPAI, dan status prestasi berjenjang pertumbuhan dan perkembangan Bisnis Jarigananya
- BBG adalah total seluruh bonus dan royalti dikurangi Bonus Agenstok dan dikurangi Bonus Prestasi 2. Jadi:
 

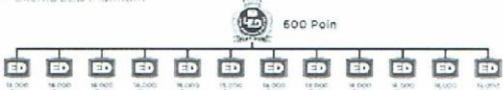
$BBG = \text{Total Bonus} - \text{Bonus Agenstok} - \text{BPP}$



### 9. ROYALTY LED EMERALD & LED PLATINUM

- Skema LED Emerald
 


- Skema LED Platinum
 







**PT HPAI**  
 Komplek City & Media Center Kuningan Blok H-2 No. 8  
 Pondok Indah, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Timur 13410  
 Telp : (021) 521 81 111  
 Fax : (021) 5220 514  
 Facebook : hpaiofficial  
 Twitter : hpaiofficial  
 Website : www.hpaiofficial.net



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); email: [syariah.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iaim@metrouniv.ac.id)

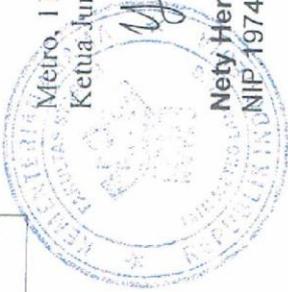
**PENUNJUKAN TIM UJIAN MUJNAQOSYAH**

Nomor : B-0558/ln.28/F-Sy/PP.00.9/10/2017

Nama : Liva Regiana  
NPM : 13112389  
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Tempat : Gedung Fak.Syariah Lt.3.1  
Judul : Multi Level Marketing (MLM ) Dalam Persepektif Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI /VII/2009 Stokist Cab. Pekaongan, Lampung Timur )

HARI/ TANGGAL	WAKTU	KETUA/MODERATOR	PENGUJI	SEKRETARIS	PETUGAS
Rabu/11 Oktober 2017	10.00-12.00 WIB	Drs. M. Saleh, MA	1. Husnul Fatarib, Ph.D 2. Zumaroh, M. E. Sy	Hendra Irawan, MH	Nyimas Lidya PP,SH.,M.Sy

ALOKASI WAKTU			ASPEK YANG DIUJI / PENILAIAN	
Ketua	Maks. 30 menit	Ketua	Penampilan & Pembelaan	
Penguji 1	Maks. 50 menit	Penguji 1	Metode, Relevansi & Penguasaan Materi	
Penguji 2	Maks. 40 menit	Penguji 2	Kesungguhan dalam Bimbingan & Penguasaan Materi	

Metro, 11 Oktober 2017  
Ketua Jurusan HESy  
  
  
Nety Hermawati, S.H., M.A., M.HF  
NIP. 197409042000032002

Tembusan :

1. Dekan Tarbiyah IAIN Metro.
2. Dekan Dakwah IAIN Metro.
3. Kasubbag Umum IAIN Metro..
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing II	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
	18-7-2017	✓	- Outline bab II, teori di- sesuaikan variabel judul - outline bab IV, sesuaikan tujuan penelitian	zf
	18-7-2017	✓	AEC outline	zf
	21-7-2017	✓	AEC Bab I & III, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I & penyusunan APD	zf
	24-7-2017	✓	- pedoman wawancara dituzulkan kepada siapa disesuaikan dg sumber data primer - pertanyaan disesuaikan teori di bab II & kapasitas	zf

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing II	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
	25-7-2017	✓	Informasi - pedoman dokumentasi blm ada  AEC APD, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	  

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana  
NPM : 13112389

Jurusan / Prodi : Syariah / Hesy  
Semester / T A : IX / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22/8/17.	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penulisan dirapikan sesuai buku pedoman penulisan</li><li>- Dalam penulisan Profil Perusahaan tidak memakai simbol</li><li>- Pastikan APD telah digunakan seluruhnya dan tersaja datanya</li><li>- Bedakan teori dgn Penyajian data</li><li>- Bedakan penyajian data dengan analisa</li><li>- Analisis bukan memindahkan teori</li></ul>	

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Liva Regiana  
NPM. 13112389



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing II	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
	19-5-2017	✓	Ace bab IV & V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I & persiapkan kelengkapan skripsi (cover - RH)	

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH  
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing I	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
		✓	Ace Out Line	
	Selasa 8/08/ 2017	✓	Perbaiki Pustaka Penelitian Bab II. - Perhatikan cara me- mulis kutipan yg bukan dari sumber aslinya. ✓ Perbaiki footnote No. 3. ✓ Paragraf / Alinea baru sudah masuk → keparagraf.	  

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing I

**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing I	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
		✓	✓ Arti ayat yg kurang dari 5 basis ditulis seperti.	
		✓	Responsitas yg harus di wawancarai di proposal sebagai - sign asungya.	
	Selasa 15 Agt 2017	✓	Ace Bab I - III, lanjutkan untuk mengembangkannya ke lainnya.	
			✓ see APD. Kerjasama.	

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing I

**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah/HESy

NPM : 13112389

semester / TA : IX / 2017-2018

No.	Hari / tanggal	Pembimbing I	Hal hal yang di bicarakan	Tanda Tangan
		✓	<p>Bab IV.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki penulisan kata-kata yg salah</li><li>- sub bab B tidak perlu di beri kotimot Menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/III/2009.</li><li>- Lihat cara penulisan footnote/citatan kaki yg diperoleh dari wawancara di buku pedoman penulisan karya ilmiah.</li><li>- kata yg diambil dari bahasa asing di beri padanan yg sesuai dalam B. Indonesia</li><li>- Tulis 7 spasi kutipan langsung yg ada di h. 54</li></ul>	    

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing I

**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah / Hesy

NPM : 13112389

Semester / T A : IX / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Analisis & perbaikan Fatur MUI No. 73 itu dipandang sebagai faktor analisa untuk realitas & lapangan tgy praktik MLM.	
		✓	Bab V. - Kesimpulannya di sudu- brakannya. - Kesimpulannya adalah jawaban pertanyaan penelitian.	
		✓	Arae Bab IV dan V	

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing I

**Drs. H. M. Saleh, MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

**Liva Regiana**  
NPM. 13112389



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Liva Regiana

Jurusan / Prodi : Syariah / Hesy

NPM : 13112389

Semester / T A : IX / 2017-2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Langkah skripsi ini dari kulit muka - kulit belah untuk persiapan munggas	

Mengetahui :  
Dosen Pembimbing I

Drs. H. M. Saleh, MA  
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs,

Liva Regiana  
NPM. 13112389

## RIWAYAT HIDUP



Liva Regiana dilahirkan di Desa Tempuran 12B pada tanggal 4 Juli tahun 1994, anak kedua dari 3 bersaudara, anak dari pasangan Bapak Hadi Hartono dan Ibu Budi Rahayu.

Pendidikan penulis dimulai di TK Aisyah Bustanul Athfal selama 1 tahun selesai pada tahun 2000. Lalu pendidikan dasar penulis ditempuh di SDN3 Tempuran selesai pada tahun 2006. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Trimurjo selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan sekolah menengah kejuruan di SMK KP Gajah Mada 2 Metro lulus pada tahun 2012. Dan selanjutnya meneruskan pendidikan di IAIN Metro Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dari tahun 2013/2014 - 2017/2018.