

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Islam sebagai risalah samawi yang universal datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik aspek spritual maupun aspek material. Artinya, Islam tidak hanya aqidah tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya, dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Inilah yang diungkapkan dengan istilah Islam adalah *ad-din* yang mencakup masalah aqidah dan syariah. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi yang dapat dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi. (Rozalinda, 2014 : 1)

Sehubungan dengan upaya pemenuhan kualitas ketaqwaan seorang muslim, rukun Islam menjadi syarat dan landasan wajib bagi bentuk-bentuk ibadah yang akan dilaksanakan. Ibadah yang khusus berada pada dimensi dengan sang pencipta yaitu Allah SWT. atau disebut ibadah *maḥḍah* maupun ibadah yang berdampak pada hubungan antar sesama atau disebut ibadah *gayru maḥḍah*. Maka dari itu, apabila seseorang yang telah menyatakan secara pribadi sebagai muslim/ah tentu harus berupaya memenuhi rukun-rukun dalam agama Islam sebagai bagian dari kesempurnaan ke-Islam-an yang diyakini dan dijalankannya.

Kelima rukun Islam merupakan dasar praktis dan teoritis totalitas Islam. *Syhadatain* menjadi dasar utama bagi semua rukun Islam, *solat* yang merupakan dasar praktis dan teoritis seluruh bagian ibadah, kemudian zakat sebagai dasar praktis dan teoritis berkenaan dengan seluruh ibadah tentang harta dalam Islam, dilanjutkan dengan puasa yang menjadi dasar ibadah dan teori aktivitas pengendalian hawa nafsu dalam rangka melaksanakan perintah Allah dalam Islam, dan haji menjadi dasar teori dan praktik perbuatan pengorbanan jiwa dan harta (*jihad*) di jalan Allah (Sa'id, 2001 : 29-30).

Di antara pelaksanaan rukun Islam tersebut, melaksanakan haji menjadi suatu ibadah yang cukup memiliki keistimewaan tersendiri. Bila dilihat pada aspek penyelenggaraan, dibandingkan keempat rukun sebelumnya dibutuhkan serangkaian proses baik waktu, tempat, akomodasi, hingga kesiapan mental dan kesehatan yang mendukung bagi orang-orang yang akan memenuhi rukun Islam terakhir tersebut. Selain syarat sah secara ibadahnya, menunaikan ibadah haji juga dituntut dengan syarat-syarat dalam hal pemenuhan rencana yang melibatkan sekian ribu jamaah dalam suatu waktu tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Bila kemudian mencermati tentang dasar teologis ibadah haji tentu akan didapatkan landasan *naş* yang secara *ḍahir* cukup banyak menerangkan bagaimana kewajiban ibadah haji bagi umat Islam, terutama kewajiban bagi setiap muslim yang mampu melaksanakannya. Hal ini

sebagaimana Allah SWT menegaskan dalam firman-Nya (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 29),

﴿ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهْلِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ وَلَيْسَ الْبِرُّ بِأَنْ تَأْتُوا  
الْبُيُوتَ مِنْ ظُهُورِهَا وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنِ اتَّقَى وَأَتُوا الْبُيُوتَ مِنْ أَبْوَابِهَا وَاتَّقُوا اللَّهَ  
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴾

Artinya : "Mereka bertanya kepadamu (Muhammad) tentang bulan sabit. Katakanlah, "Itu adalah (penunjuk) waktu bagi manusia dan (ibadah) haji" dan bukanlah kebajikan memasuki rumah dari atasnya, tetapi kebajikan adalah (kebajikan) orang yang bertakwa. Masukilah rumah-rumah dari pintu-pintunya dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung" (Q.S. Al-Baqarah, 2 : 189).

Kemudian sabda nabi Muhammad SAW :

عَنْ ابْنِ عُمَرَ أَنَّ رَجُلًا قَالَ لَهُ : أَلَا تَغْزُو ؟ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : " بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسِ شَهَادَةٍ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَإِقَامَ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ وَالْحَجِّ وَصَوْمِ رَمَضَانَ "

صحيح سونان نساء , ٥٠١٦

Artinya : "Dari Ibnu 'Umar, bahwa seseorang bertanya kepadanya, "Apakah kamu tidak berperang?" Ia menjawab, "aku telah mendengar Rasulullah SAW. bersabda" ; "Islam didirikan diatas 5 landasan, kesaksian bahwa tiada sesembahan kecuali Allah dan sesungguhnya Muhammad utusan Allah, mengerjakan shalat, mengeluarkan zakat, beribadah haji, dan berpuasa di bulan ramadhan" (Shahih Sunan Nasa'i : 5016-dalam Al-Albani, Nashiruddin : 569)

Sehubungan dengan perkembangan umat Islam di seluruh belahan bumi ini, tentu banyak sekali kesulitan-kesulitan yang dihadapi untuk mengerjakan ibadah haji dan umrah tersebut. Oleh karena itulah dengan

ke-Maha Bijaksana-an Allah SWT, Dia memberikan keringanan kepada umat manusia (Islam) untuk melaksanakan ibadah haji tersebut, yakni mewajibkan mengerjakan ibadah haji ini sekali seumur hidup, dengan ketentuan pula kalau mampu (Matdawam, 1993 : 27). Terlebih dalam ibadah haji tersebut Allah SWT. menerangkan dalam firman-Nya (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 62),

فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya : "Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban) haji, Maka ketauhilah bahwa Allah Mahakaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam" (Q.S. Āli 'Imrān, 3 : 97).

Pelaksanaan haji selain dilihat dari ibadah yang mengandung unsur upaya menyempurnakan rukun Islam yang kelima kepada Allah SWT., juga mengingatkan akan pencapaian serta perjuangan sebagai seorang hamba-Nya. Oleh sebab itu, tidak sedikit lagi dari umat muslim memiliki mimpi yang kuat untuk dapat melaksanakan ibadah haji maupun termasuk pelaksanaan ibadah umrah di tanah suci. Pada web resmi Kementerian Agama Republik Indonesia, dalam hal ini tim Informasi Direktorat Jenderal Penyelenggaraan haji dan umrah merilis rekam jejak perjalanan ibadah haji di Indonesia. Bersumber dari *database* Sistem Informasi dan

Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat). Berikut jumlah jemaah haji Indonesia pada kurun 12 tahun terakhir :

**Tabel 1**  
**Jumlah Jemaah Haji Indonesia tahun 2003-2014**

Tahun (masehi)	Jumlah (orang)	Tahun (masehi)	Jumlah (orang)
2003	201.319	2004	192.690
2005	189.842	2006	189.087
2007	188.569	2008	189.699
2009	189.358	2010	196.206
2011	199.848	2012	192.290
2013	154.547	2014	154.467

Sumber : [www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id)

Keterangan : Tahun 2013-2014 M., renovasi serta pengembangan *Masjidil Haram* oleh pemerintah kerajaan Arab Saudi dan saat ini masih berjalan, mengakibatkan berkurangnya kapasitas daya tampung tempat *tawaf*, yang sebelumnya 48.000 jemaah setiap jam menjadi 22.000 jemaah setiap jam. Dengan demikian, untuk menjamin keselamatan, kenyamanan, dan keamanan para jemaah haji di dunia, otoritas setempat memberlakukan kebijakan pengurangan kuota haji dunia sebesar 20%.

Namun realitanya, tidak setiap orang yang bisa melaksanakan ibadah haji dan atau umrah, terlebih pada umat muslim yang berada di negara Republik Indonesia yang bila ditempuh dengan jalur udara memerlukan waktu normal sekitar enam hingga tujuh jam perjalanan menuju ke Mekkah. Padahal sebagaimana dikutip dari data kuota haji Republik Indonesia sebelumnya, bahwa meski tidak signifikan pertumbuhan jumlah jemaah haji termasuk ibadah umrah telah mengalami

kenaikan. Hal tersebut diperkuat dengan surat Kementerian Agama Republik Indonesia kepada pemerintah Arab Saudi terkait penambahan kuota jamaah haji tahun 1437 H. atau 2016 M. ini agar sudah bisa terealisasi. ([www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id))

Dalam melaksanakan haji dan atau umrah juga sangat memerlukan persiapan dan kemampuan. Pada sisi persiapan, dimulai saat seseorang dituntut siap pada biaya selama perjalanan berupa penginapan, makanan dan sebagainya, maupun kemampuan fisik yang kuat untuk memunaikan ibadah haji, karena dalam pelaksanaan rukun-rukunnya memerlukan kesehatan fisik yang cukup, seperti *ihram*, *wuquf* di Arafah, *tawaf*, terutama ketika *sa'i*. Bila melaksanakan semua rukun itu dalam keadaan yang kurang prima tentu dapat mengganggu kelancaran dan *khusyu'*-nya saat menjalankan ibadah haji. Kemudian beranjak pada sisi kemampuan, bahwa secara keseluruhan dalam pelaksanaan ibadah haji, tidak sekedar mampu pada kesehatan jasmani saja, tetapi juga mampu secara biaya. Biaya yang diperlukan untuk melaksanakan ibadah haji dan atau umrah terbilang tidak sedikit yang khususnya bila pendapatan untuk pemenuhan keperluan biaya ibadah tersebut belum menutupi estimasi biaya dengan kebutuhan primer sehari-hari.

Kondisi masyarakat terutama di Indonesia sebagai negara berkembang, yang bepergian melaksanakan ibadah haji dan atau umrah dapat dikaitkan dengan keluarga yang memiliki pendapatan kebutuhan lebih dari cukup. Tentu lebih banyak bila dibandingkan dengan keluarga

sederhana yang bisa menunaikan ibadah haji, bahkan dari keluarga miskin. Bila seseorang atau suatu keluarga memiliki itikad melaksanakan ibadah haji dan atau umrah perlu waktu yang tidak sebentar untuk menabung hingga tercapai biaya haji dan atau umrah yang diperlukan.

Di era modern yang ditandai dengan kemajuan atau inovasi aktivitas ekonomi ini, meskipun belum memiliki dana memadai untuk keberangkatan haji, tidak menjadi faktor utama permasalahan lagi dalam melaksanakan ibadah haji dan atau umrah. Terbukti hal ini bisa diwujudkan melalui salah satu sistem *marketing* yang bisa ditemui pada beberapa biro perjalanan haji dan umrah. Sistem *marketing* ini merupakan program solusi untuk pembiayaan haji bagi umat Islam yang ingin bergabung dalam sistemnya.

Dalam penjelasan Panduan *Support System* Penyelenggara Perjalanan Umrah dan Haji Plus PT. Arminareka Perdana, sebagaimana dikutip Indah Fitriana (2012 : 3-7), melalui program solusi ini, seseorang bisa berkesempatan dan mendapatkan biaya haji tambahan hanya dengan cara mendaftar diri menjadi calon jemaah haji di PT. Arminareka Perdana dan mempromosikan kepada masyarakat agar ikut bergabung menjadi calon jemaah haji di PT. Arminareka Perdana. Dengan mempromosikan kepada masyarakat inilah jemaah yang mempromosikan mendapatkan sejumlah komisi dari perusahaan.

Untuk mendaftarkan diri menjadi calon jemaah haji dan atau umrah di PT. Arminareka Perdana, dengan membayar *Down Payment (DP)* atau uang muka pemberangkatan sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah) untuk keberangkatan haji. Sedangkan untuk keberangkatan umrah membayar administrasi sebesar Rp. 3.500.000,- (tiga juta lima ratus ribu rupiah). Bila telah membayar *Down Payment (DP)* keberangkatan, maka jemaah tersebut telah sah menjadi calon jemaah haji dan umrah di PT. Arminareka Perdana.

Untuk mencukupi biaya selanjutnya maka calon jemaah cukup mempromosikan kepada jemaah lain untuk ikut bergabung menjadi calon jemaah haji dan umrah di PT. Arminareka Perdana. Komisi yang akan diterima oleh jemaah yang berhasil mendapatkan satu orang calon jemaah haji yang ikut bergabung, maka jemaah yang mempromosikan tersebut mendapatkan bagi hasil sejumlah Rp. 2.500.000,- (dua juta lima ratus ribu rupiah). Sedangkan bila mendapat jemaah yang ikut bergabung menjadi calon jemaah umrah maka jemaah yang mempromosikan mendapatkan dana sejumlah Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah). Praktik seperti ini berlaku bagi seluruh jemaah yang telah mendaftar menjadi calon jemaah haji di PT. Arminareka Perdana.

Selain itu, bila hasil dari mempromosikan satu orang calon jemaah melahirkan banyak jemaah-jemaah lainnya, maka jemaah yang mempromosikan sebelumnya mendapatkan komisi pasangan dan royalti. Komisi pasangan dihargai sebesar Rp. 500.000,- (lima ratus ribu rupiah),

sedangkan komisi royalti sebesar Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah). Cara seperti ini tentunya sangat membantu dalam memperoleh biaya untuk keberangkatan haji, sehingga cukup dari hasil mempromosikan kepada beberapa orang jemaah yang didapatkan maka jemaah tersebut sudah bisa mendapatkan biaya untuk keberangkatan haji.

Akan tetapi, terdapat permasalahan-permasalahan di lapangan bahwa penilaian masyarakat yang pro dan kontra dengan sistem pemasaran atau *marketing* ini yang merupakan sistem bisnis *Multi Level Marketing (MLM)*. Dikatakan bisnis *Multi Level Marketing* karena sistem pemasaran ini terdapat *recruitment* untuk mendapatkan calon jemaah haji dan atau umrah yang baru. Jemaah yang baru tersebut diamanatkan untuk mencari jemaah yang baru pula, demikian seterusnya. Hal ini agar terjadinya produktivitas pada sistem pemasaran yang bertumpu pada pendapatan dari jemaah yang telah didapatkan.

Mengenai *MLM*, para ulama masih berbeda pendapat terhadap kedudukan hukumnya. Sebagian ulama berpendapat bahwa bisnis *MLM* kurang sesuai dengan syariat karena mengandung unsur *qimar* atau yang berarti seseorang mengeluarkan biaya dalam sebuah transaksi yang ada kemungkinan dia beruntung dan ada pula kemungkinan dia merugi. Tentu hal tersebut perlu diantisipasi setiap muslim dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Selain itu sifat bisnis *MLM* secara *girah* (semangat) bisnis *MLM* bisa mengotori hati dikarenakan *MLM* berorientasi kepada pada *profit* material saja tanpa memikirkan non material, karena berorientasi kepada *profit* material maka menimbulkan kecenderungan untuk merekrut konsumen sebanyak-banyaknya sehingga seringkali dalam praktik ada tindakan upaya secara subjektif yang pada awalnya calon tidak tertarik akhirnya dengan segala cara calon bisa terpengaruh untuk ikut bergabung menjalani usaha tersebut. Selain itu dampak negatif di bisnis tersebut menjadikan manusia sebagai mesin yang mengeksploitasi hubungan (*networking*) yang dimiliki setiap orang. Namun ada juga sebagian ulama yang tidak mengharamkannya, selama bisnis tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, penipuan, dan pemaksaan yang bersifat melanggar fiqih muamalat sebagaimana tertera dalam fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang “*penjualan langsung berjenjang syariah jasa perjalanan umrah*” (DSN [perh.], 2005 : 805) dan dalam ([www.dsnmui.or.id.com](http://www.dsnmui.or.id.com)).

Dengan demikian, tentunya akan menjadi *problem* dalam pendapatan biaya untuk keberangkatan haji, karena kedudukan *MLM* itu sendiri masih diperselisihkan kedudukan hukumnya. Ditambahkan pula bahwa ibadah haji haruslah ditempuh dengan dana yang halal, tidak boleh pada dana yang samar-samar (*syubhāt*) apalagi yang haram, karena bila dana yang didapatkan dari perkara yang tidak baik maka tentunya akan berpengaruh pada kemabruran haji itu sendiri.

Dari adanya beberapa aspek permasalahan tersebut, peneliti tertarik sekaligus menilai perlunya untuk mengangkat judul ini dengan mengkaji, mempelajari, dan menelaah pembiayaan haji dan umrah dengan sistem *multi level marketing* dalam perspektif prinsip dan nilai dasar dari ekonomi Islam, yang diharapkan menambah warna pemikiran pada khazanah pengembangan ekonomi *rabbani* itu sendiri serta dapat dijadikan sumber rujukan, utamanya di bidang ekonomi Islam, supaya dapat menciptakan manusia *ṣālih* dan *ṣāhih* yang berorientasi kepada Allah.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memudahkan pembahasan, permasalahan yang akan dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana Pembiayaan Haji dan Umrah Melalui Sistem *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Prinsip-Prinsip Umum Ekonomi Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka diketahui tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

Untuk menjajaki, mendalami, dan menjelaskan perspektif prinsip-prinsip umum dalam ekonomi Islam terhadap praktik pembiayaan haji dan umrah melalui sistem *Multi Level Marketing*.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini secara teoritik untuk :

1. Menemukan kesesuaian antara prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam pada penyelenggaraan haji dan umrah dengan sistem *Multi Level Marketing* di Indonesia yang saat penerapannya masih terdapat beberapa kasus *marketing*, sehingga menimbulkan banyak permasalahan
2. Menemukan pandangan dalam ekonomi Islam terkait implementasi sistem *Multi Level Marketing* pada pembiayaan haji dan umrah
3. Memberikan sumbangan pemikiran terhadap khazanah keilmuan muamalat khususnya pada pengaplikasian konsep dan kebijakan yang bertema ekonomi Islam di Indonesia

Secara praktis, penelitian ini ditujukan untuk :

1. Memberikan manfaat bagi biro jasa perjalanan haji dan umrah agar praktik sistem *marketing* dalam akad pembiayaan haji dan umrah dapat lebih *hasanah* dan mengoptimalkan nilai-nilai dari ekonomi Islam
2. Dapat dijadikan sebagai rujukan bagi praktisi, akademisi, siswa, guru, perusahaan dan atau lembaga dalam meninjau sistem *Multi Level Marketing* pada penyelenggaraan haji dan umrah dari sisi keilmuan ekonomi Islam

## E. Tinjauan Pustaka

Pembahasan mengenai perkembangan bisnis dengan memanfaatkan sistem jaringan, sejauh ini sudah cukup banyak penelitian yang dilakukan. Baik penelitian yang berjenis penelitian lapangan, maupun penelitian kepustakaan. Di antara penelitian lapangan adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**

**Penelitian tentang MLM**

No.	Penulis/Peneliti	Judul dan Tahun	Hasil
1.	Fina Anggraeni	“Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> Di Yogyakarta dalam Persepektif Hukum Islam” 2007	Bisnis <i>MLM</i> dikatakan <i>halāl</i> , karena telah terpenuhinya unsur-unsur jual beli dan mendapat sertifikasi <i>halāl</i> dari Majelis Ulama Indonesia(MUI)
2.	Muqtadirul Aziz	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap <i>Bisnis Multi Level Marketing(MLM)</i> ” 2011	1. Secara rekrutmen kurang sesuai dengan hukum Islam karena melanggar etika bisnis yang hanya berorientasi

			<p>pada <i>benefit</i> material saja tanpa memikirkan non material</p> <p>2. Secara akad terdapat unsur penipuan</p>
3.	Indah Fitriana Sari	<p>“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembiayaan Haji dan Umrah Melalui Sistem <i>Marketing</i> di PT. Arminareka Perdana Yogyakarta” 2012</p>	<p>1. <i>Multi Level</i> merupakan salah satu strategi <i>marketing</i> yang menerapkan komisi tambahan berupa <i>reward</i> dan komisi royalti sebagai penyaluran dan iklan yang dilakukan jamaah sehingga melahirkan jamaah yang lain</p> <p>2. Sistem <i>MLM</i> pada hukumnya <i>mubāh</i>. Sehingga sangat bergantung pada praktik di lapangan. Dapat menjadi haram bila etika konsep <i>mubāh</i> diisi dengan sifat yang dapat mengharamkan atau yang tidak terpenuhinya unsur- unsur suatu akad</p>

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, sejauh ini penyusun baru menemukan satu tulisan yang membahas tentang pembiayaan haji dan umrah yang khususnya dalam kerangka pembahasan terkait pada sistem *marketing*. Perbedaan mendasar penelitian yang akan dilakukan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang tidak lagi berfokus membahas perdebatan hukum karena metode penelitian sendiri memiliki beberapa tinjauan aspek dalam melakukan pendekatan pada suatu disiplin ilmu khususnya ekonomi Islam. Di samping itu, dari banyaknya penelitian tentang bisnis *marketing* dalam sistem ekonomi Islam sebagaimana dijelaskan di atas, tidak ada yang mengulas dan menghubungkan konsep rancang bangun ekonomi Islam dengan sistem bisnis *marketing*, utamanya dikaitkan sebagai sinkronisasi nilai-nilai penyelenggaraan ibadah haji dan umrah di Indonesia yang salah satu proses pembiayaannya menggunakan sistem *multi level marketing*.

Dengan demikian, penelitian yang mengkaji tentang tinjauan ekonomi Islam terhadap pembiayaan haji dan umrah dengan sistem *Multi Level Marketing* sejauh ini belum pernah diangkat dan di sisi lain bahwa penelitian ini merupakan lanjutan dari berbagai penelitian di atas.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian *Marketing***

*Marketing* merupakan salah satu dari kegiatan utama yang dilakukan oleh para pengusaha dalam bisnisnya untuk mempertahankan kelangsungan, perkembangan, dan tentu di antaranya memperoleh laba. Proses pemasaran itu bisa jadi dimulai jauh sejak sebelum barang-barang di produksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan *marketing* perusahaan juga tidak lepas untuk memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan lancar, atau minimal konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Adapun bila ditilik secara arti kata *marketing* berasal dari bahasa Inggris yaitu *market*. Kata *market* sendiri berarti pasar, sedangkan *marketing* adalah pemasaran (Echols, 1996 : 373). Jadi, *Marketing* mencakup usaha perusahaan yang bisa diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, kemudian menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan metode dalam promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa kegiatan *marketing* merupakan kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi

sosial dari perusahaan, tapi dibatasi juga oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri dan peraturan-peraturan yang ada. Bagi pemasaran, perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan baru yang memerlukan cara penyelesaian yang baru pula, atau sebaliknya dapat berupa suatu peluang atau kesempatan mengembangkan usahanya.

Sebagian ahli berpendapat bahwa pengertian *marketing* dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda, antara definisi pemasaran secara sosial dan definisi secara material. Pengertian tersebut sebagaimana dikutip dari Philip Kotler, Keller, and Kevin Lane (2006 : 6) dalam Buchari (2009 : 257-258) secara sosial didefinisikan sebagai peran yang dimainkan oleh pemasaran masyarakat dengan menghasilkan standar hidup yang lebih tinggi, sebagaimana disampaikan :

*Marketing is a social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging product and service of values with other.*

Sedangkan definisi manajerial lebih lanjut diterangkan sebagai seni menjual produk, sebagaimana berikut menurut *American Marketing Association* :

*Marketing(management) is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distributor of ideas, goods service to create exchanges that satisfy individual and organizational goal.*

Maka dapat dipahami bahwa dalam sebuah pemasaran diawali dengan tuntutan logis adanya pertukaran hak milik dari satu orang kepada

orang lain atau pun secara kelompok yang dapat memberikan kesesuaian kebutuhan di antara masing-masing pemilik tersebut.

## 2. *Multi Level Marketing (MLM)*

### a. Pengertian *Multi Level Marketing*

*Multi Level Marketing* atau biasa disingkat *MLM* berasal dari bahasa Inggris yang secara singkat memiliki arti pemasaran yang berjenjang banyak. Arti tersebut bila diuraikan lebih detail di mana kata *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkatan atau tahapan, dan *marketing* yang memiliki arti pemasaran (Echols : 1996). Disebut dengan *multi level marketing* karena merupakan organisasi distributor yang melaksanakan penjualan dengan pola bertingkat atau mempunyai jenjang tertentu (Andreas, 1999 : 4). Dalam bahasa yang lebih sederhana *multi level marketing* dapat dipahami sebagai suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak tingkatan, yang biasa dikenal dengan istilah *upline* bagi tingkat atas dan *downline* bagi tingkat bawah. Seseorang akan disebut *upline* jika mempunyai *downline*. Inti dari bisnis *multi level marketing* digerakkan dengan jaringan, baik bersifat vertikal atas bawah maupun horizontal kiri kanan atau pun gabungan antara keduanya (Benny, 2002: 28).

*Multi level marketing* dapat juga disebut dengan *network marketing* karena anggota kelompoknya semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu

sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran (Gemala : 182-183).

Sistem pemasaran ini memiliki perbedaan dengan sistem pemasaran lainnya. Ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh *multi level marketing* adalah terdapat jenjang, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, serta adanya bonus atau komisi di setiap jenjangnya tersebut. Dalam sistem ini, calon distributor seperti layaknya 'membeli' hak atau tanda milik khusus untuk merekrut anggota baru, menjual produk dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualannya sendiri maupun hasil penjualan anggota yang direkrut di dalam organisasi jaringannya. Selain *multi level marketing*, terdapat sistem lain yang termasuk kategori ini, yaitu sistem *single level marketing* dan sistem *limited level marketing* tetapi ketiga-tiganya ini berbeda karakteristik yang dimilikinya (Kuswara, 2005 : 36-38).

Dalam istilah *marketing* sebenarnya tidak hanya mencakup penjualan saja, namun lebih luas aspek yang terkandung dalam *marketing* di antaranya suatu atau beberapa produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Sehingga tidak hanya dapat dimaknai secara tunggal dan menjual itu sendiri merupakan bagian dari kegiatan transaksi penukaran produk dengan uang.

b. Sejarah *Multi Level Marketing*

Sejarah mencatat suatu pemasaran dengan sistem jaringan ini bermula sekitar tahun 1930-an M., ketika perusahaan Nutrilite Produced Inc. yaitu sebuah perusahaan yang berkedudukan di California, Amerika Serikat meluncurkan produk makanan suplemen. Perusahaan ini menerapkan sistem bonus sebesar 2% kepada setiap penjual yang dapat merekrut penjual baru. Perusahaan yang didirikan oleh Carl F. Rehnborg pada tahun 1934 M. ini, memberikan komisi tambahan kepada distributor barunya yang berhasil merekrut, melatih, mengajarkan dan membantu distributor baru dalam menjual Nutrilite kepada konsumen (Rozi, 2005 : 108-109).

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa orang yang menyempurnakan pemasaran jaringan ini, mereka adalah Dr. Forrest Shaklee, Richad De Vos dan Jay Van Andel. Pada tahun 1950-an M., ketika Nutrilite mengalami guncangan internal manajemen perusahaan. Dr. Forrest Shaklee keluar dari distributornya dan pada tahun 1956 M. mendirikan *Shaklee Corporation*, yaitu perusahaan yang memfokuskan pada produksi makanan tambahan (*suplemen food*). Dr. Forrest Shaklee berhasil mengembangkan perusahaannya menjadi perusahaan multinasional dan menyebar di beberapa negara seperti Inggris, Kanada, Malaysia, Filipina, Jepang dan Singapura (Rozi, 2005 : 108-109)

Selain itu, akar *multi level marketing* tidak lepas dari berdirinya *Amway Corporation* pada tahun 1959 M. di Michigan, Amerika Serikat. Pendiri *Amway Corporation* dan pelopor berdirinya perusahaan ini adalah Richad De Vos dan Jay Van Andel yang pernah menjadi distributor Nutrilite. Perusahaan Amway kemudian semakin dikenal ketika mereka menggunakan sistem pendukung *Network Twenty One* yang dirancang oleh Jim dan Nancy Dornan. Perusahaan ini memperkenalkan penjualan produk-produk rumah tangga (Kuswara, 2005 : 18).

Seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan ini semakin berkembang pesat dengan memasarkan berbagai jenis dan macam produk sehingga Amway dikenal sebagai pelopor produk *multi level marketing* pertama yang memasarkan berbagai macam produk. Amway sebagai perusahaan yang memasarkan produknya dengan sistem jaringan, hingga saat ini masih merupakan perusahaan besar dan yang telah beroperasi beberapa puluh tahun lamanya di berbagai negara termasuk masuk ke Indonesia pada tahun 1998 M. (Rozi, 2005 : 110-111).

### 3. *Marketing* dalam Islam

#### a. Konsep dasar *Marketing* dalam Islam

Menurut kaidah fiqih (Dewan Syariah Nasional [perh.], 2009 : 810),

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدَلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : “(Hukum) Asal dalam mu’amalah (adalah) *mubāh* atau boleh kecuali adanya petunjuk atas keharamannya”

Nilai-nilai yang terdapat dalam ajaran Islam-lah yang kemudian menjadi indikator dalam perilaku suatu sistem *marketing*, karena tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian konsep *marketing* memiliki sejarah yang cukup panjang dalam pelaksanaannya bahkan sejak zaman jahiliyah dan kemudian terus dikembangkan untuk disesuaikan dengan kondisi masyarakat tertentu. Atas dasar itu pula, nilai-nilai yang diangkat dari ajaran agama Islam sejatinya hadir serta bertujuan agar mampu memberikan batasan tertentu bagi seluruh manusia agar perniagaan yang terjalin dapat saling memberikan manfaat dan berkah.

b. Strategi *Marketing* dalam Islam

Strategi *marketing* dalam Islam, tidak dapat lepas dari apa yang telah dicontohkan nabi Muhammad SAW. Sejarah telah membuktikan, bahwa beliau. bukan hanya seorang rasulullah yang khusus diberi wahyu oleh Allah SWT, tetapi dalam praktik muamalah beliau telah berhasil menjadi pebisnis yang sukses dibuktikan dengan penyematan gelar *Al-amin* yang memiliki arti singkat yaitu ‘dipercaya’. Bahkan dapat dinyatakan bahwa yang menerima gelar tersebut bukanlah ‘nabi’ Muhammad tetapi adalah Muhammad. Perbedaannya terdapat pada sejarah beliau yang saat menerima gelar *Al-amin* belum menjadi seorang nabi. Itu artinya jauh sebelum kenabian beliau telah menunjukkan bagaimana cara-cara di dalam perniagaan yang dapat

meraup keuntungan tetapi juga disegani oleh pedagang-pedagang lainnya (kompetitor) kala itu.

Selain keuntungan, strategi *marketing* yang diterapkan oleh nabi Muhammad SAW. tidak hanya semata mengutamakan keuntungan, melainkan lebih mengutamakan keberkahan. Sebab pada akhirnya semua akan menjadi sia-sia bila hanya menuai hasil besar namun tanpa memperoleh berkah. Hasil yang besar namun tanpa diimbangi dengan keberkahan akan prosesnya tentu akan menjadi bumerang bagi diri sendiri, keluarga, maupun kerabat.

#### 4. Prinsip-prinsip Umum Ekonomi Islam

##### a. Prinsip-prinsip Umum Ekonomi Islam

Bila dilihat dalam aspek filosofis pemikiran, pada dasarnya ekonom muslim kontemporer seperti M. Baqir as-Sadr, Umer Chapra, Timur Kuran memiliki kesamaan mengenai prinsip-prinsip umum yang mendasari ilmu ekonomi Islam, walaupun pendapat tentang apa dan bagaimana ekonomi Islam itu sendiri masih terdapat perbedaan pandangan. Di antara prinsip-prinsip umum ekonomi Islam yang dimaksud adalah tauhid (keesaan tuhan), 'adl (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *Khilāfah* (pemerintahan), dan *ma'ad* (hasil). (Karim, 2011 : 33-34)

##### 1) Tauhid (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 548)

هُوَ اللَّهُ الَّذِي لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ ﴿١٢٠﴾

Artinya : "*Dialah Allah, tidak ada tuhan selain Dia. Mengetahui yang gaib dan nyata, Dialah yang maha pengasih, maha penyayang*" (Q.S. Al-Hasyr, 59 : 22).

Sebagaimana dikutip dari Ilyas (2011 : 18-28), bahwa esensi Iman kepada Allah SWT. adalah tauhid yang berarti mengesakan-Nya, baik dalam zat, *asma' was-shiffāt*, maupun *af'al* (perbuatan)-Nya. Secara sederhana tauhid dapat dibagi dalam tiga tingkatan atau tahapan yaitu :

- a) Tauhid *Rububiyah* (mengimani Allah SWT. sebagai satu-satunya *rabb*)

Secara etimologis kata *rabb* sebenarnya mempunyai banyak arti, antara lain menumbuhkan, mengembangkan, mendidik, memelihara, memperbaiki, menanggung, mempersiapkan, memimpin mengepalai, menyelesaikan suatu perkara memiliki, namun untuk lebih sederhana dalam hubungannya dengan *rububiyatullāh* (tauhid *rububiyah*) kita mengambil beberapa arti saja yaitu mencipta, memberi rezeki, memelihara, mengelola dan memiliki (kata-kata mencipta, memberi rezeki, dan mengelola disimpulkan dari beberapa pengertian sebelumnya), dan sebagian arti *rabb* dimasukkan secara khusus kedalam pengertian *mulkiyatullāh* (tauhid *mulkiyah*) seperti memimpin, mengepalai, dan menyelesaikan suatu perkara.

Pengertian bahwa Allah SWT. satu-satunya zat yang mencipta, memberi rezeki, memelihara, mengelola (kehidupan), dan memiliki banyak didapati dalam al-Qur'an, antara lain dalam ayat berikut (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 4) ;

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ أَعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ

تَتَّقُونَ ﴿٢١﴾

Artinya : “Wahai manusia, sembahlah Tuhanmu yang telah menciptakanmu dan orang-orang yang sebelummu, agar kamu bertakwa” (Q.S. Al-Baqarah, 2 : 21).

- b) Tauhid *Mulkiyah* (mengimani Allah SWT. sebagai satu-satunya *mālik*)

Kata *mālik* yang berarti raja dan *mālik* yang berarti memiliki berakar dari akar kata yang sama yaitu *ma-la-ka*. Keduanya mempunyai relevansi makna yang kuat. Si pemilik sesuatu pada hakikatnya adalah raja dari sesuatu yang dimilikinya itu. Misalnya pemilik rumah, dia bebas mendiami, menyewakan, atau bahkan menjualnya kepada orang lain. Berbeda dengan penghuni yang hanya mendapat hak pakai, tidak diizinkan menyewakannya kepada orang lain, apalagi menjualnya. Dalam pengertian bahasa seperti ini, Allah SWT. sebagai *rabb* memiliki alam semesta tersebut, Dia bisa dan bebas melakukan apa saja yang

dikehendaki-Nya terhadap alam semesta tersebut. Hal tersebut sebagaimana tertera dalam ayat berikut (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 127),

بِاللَّهِ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا فِيهِنَّ ۚ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٢٧﴾

Artinya : “Milik Allah kerajaan langit dan bumi dan apa yang ada di dalamnya; dan Dia Maha Kuasa atas segala sesuatu” (Q.S. Al-Maidah, 5 : 120).

Bila kita mengimani bahwa Allah SWT. adalah satu-satunya raja yang menguasai alam semesta (bumi, langit dan seluruh isinya) maka minimal kita harus mengakui bahwa Allah SWT. adalah pemimpin (*wali*), penguasa yang menentukan (*hākim*) dan yang menjadi tujuan (*gayah*). Hal itu logis sebagai konsekuensi dari pengakuan bahwa Allah SWT. adalah raja. Bukanlah raja kalau tidak memimpin, bukanlah pemimpin kalau tidak memiliki wewenang menentukan sesuatu, atau tidak memiliki “kata putus”. Jika dianalogikan kepada manusia, maka raja tidak mempunyai kekuasaan apa-apa adalah raja simbol atau raja boneka yang hanya ditampilkan untuk upacara-upacara (*ceremonial*) belaka sangat tidak menentukan sistem kehidupan atau sistem pemerintahan.

- c) Tauhid Ilahiyah (mengimani Allah SWT. sebagai satu-satunya *Ilāh*)

Kata *Ilāh* berakar dari kata *a-la-ha* (*alif-lam-ha*) yang mempunyai arti antara lain tenteram, tenang, lindungan, cinta, dan sembah (*'abada*). Semua kata-kata tersebut relevan dengan sifat-sifat dan kekhususan zat Allah SWT. seperti dinyatakan oleh Allah SWT. dalam ayat berikut (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 252),

الَّذِينَ ءَامَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ ۗ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka manjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingati Allah-lah hati menjadi tenteram” (Q.S. Ar-Ra'du, 13 : 28).

Dalam al-Islam (1979 : 23-24) sebagaimana dikutip oleh Ilyas (2011 : 28) bahwa diantara makna Illah diatas maka yang paling asasi antara lain : hamba sahaya (*'abdun*), patuh dan tunduk (*'ibadah*), yang mulia dan yang agung (*al-ma'bad*), selalu mengikutinya (*'abada bih*). Jika arti kata-kata ini diurutkan maka dia menjadi susunan kata yang sangat logis yaitu, “bila seseorang menghambakan diri terhadap seseorang maka ia akan mengikutinya, mengagungkannya, memuliakan, mematuhi dan tunduk

kepadanya serta bersedia mengorbankan kemerdekaannya”. Dalam konteks ini, *ma’bud* berarti memiliki, yang dipatuhi, dan yang diagungkan.

## 2) 'Adl (Keadilan)

Dalam firman Allah SWT. (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 516),

وَإِن طَآئِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا فَإِن بَغْت إِحْدَاهُمَا عَلَى الْآخَرَى فَاقْتُلُوا الَّتِي تَبَغَى حَتَّى تَفِيءَ إِلَى أَمْرِ اللَّهِ فَإِن فَاءَتْ فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ﴿٥١٦﴾

Artinya : "Dan apabila ada dua golongan orang mukmin berperang, maka damaikanlah antara keduanya. Jika salah satu dari keduanya berbuat zalim terhadap (golongan) yang lain, maka perangilah (golongan) yang berbuat zalim itu, sehingga golongan itu kembali pada perintah Allah. Jika golongan itu telah kembali (kepada perintah Allah), maka damaikanlah antara keduanya dengan adil, dan berlakulah adil. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil" (Q.S. Al-Hujurāt, 49 : 09).

Kata *'adl* terambil dari kata *'adala* yang terdiri dari huruf-huruf *'ain*, *dal* dan *lam*. Rangkaian huruf-huruf ini mengandung dua makna yang bertolak belakang yaitu, "lurus dan sama" dan "bengkok dan berbeda". Seorang yang adil adalah berjalan lurus dan sikapnya selalu menggunakan ukuran yang sama, bukan ukuran ganda. Persamaan itulah yang menjadikan seorang adil tidak berpihak kepada yang salah. (Nurdin, 2006 : 247)

Al-Qur'an menggunakan beberapa istilah untuk menunjuk arti keadilan yaitu *al-'adl*, *al-qisṭ*, *al-mizān* dan lawan dari kata *sulm*, meskipun untuk yang terakhir ini yaitu keadilan tidak selalu menjadi lawan kata kedzaliman. Ada sedikit perbedaan antara *al-'adl* dengan *al-qisṭ*. Kata *al-qisṭ* mengandung makna rasa senang pada kedua belah pihak yang berselisih atau bertransaksi. Oleh karena itu, kata *al-qisṭ* tidak sekedar berarti adil yang boleh jadi tidak menyenangkan salah satu pihak (Nurdin, 2006 : 248).

Dalam Karakteristik masyarakat ideal oleh Nurdin (2008 : 253-257), bahwa dari beberapa pemaparan beragam makna tentang keadilan, maka dapat dirangkum dalam beberapa bagian yang dapat disebut sebagai dimensi keadilan, yaitu ;

a) “kesamaan” sebagai dimensi keadilan

Ayat-ayat yang menjelaskan masalah ini cukup banyak terutama yang terkait dengan masalah penetapan hukum, beberapa ayat tersebut antara lain (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 87),

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya : “Sungguh, Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila

*menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. sungguh Allah adalah Maha mendengar, Maha melihat”* (Q.S. an-Nisa’, 4 : 58).

Maksud penetapan hukum dalam ayat tersebut bukan hanya berkisar dalam apabila terjadi persengketaan, didasarkan kepada penelusuran makna hukum yang dikandung oleh al-Qur’an. Kata ini terulang dalam al-Qur’an dengan segala perubahannya sebanyak 210 kali.

Kemudian dapat ditambahkan pula pengertian yang secara tekstual mengimbangi maksud ayat sebelumnya pada surat yang sama (Al-Qur’an dan Terjemahannya, 2005 :),

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلَىٰ  
 أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللّٰهُ أَوْلَىٰ  
 بِهِمَا ۗ فَلَا تَتَّبِعُوا هَوَىٰٓ أَنْ تَعْدِلُوا ۗ وَإِن تَلَوُّرًا أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللّٰهَ كَانَ  
 بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴿١٣٥﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. jika ia (yang terdakwa) kaya ataupun miskin, Maka Allah lebih tahu kemaslahatan (kebaikannya). Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah maha teliti terhadap segala apa yang kamu kerjakan” (Q.S. an-Nisa’, 4 : 135).

Ayat tersebut secara tegas memerintahkan kepada orang-orang yang beriman untuk menegakkan keadilan secara total dalam semua kondisi dan dalam semua bidang.

Terhadap objek ketika keadilan harus ditegakkan, penegakan keadilan harus dapat bersikap adil dalam arti sama memberikan perlakuannya.

Dengan pemahaman seperti inilah, seorang hakim yang sedang mengadili suatu perkara harus memperlakukan yang berperkara tersebut dengan perlakuan yang sama khususnya dalam proses pengambilan keputusan. Namun kesamaan ini tidak mencakup dalam hal apa yang mereka terima dari keputusan hakim tersebut.

b) “keseimbangan” sebagai dimensi keadilan

Adil dalam konteks ini tidak mengharuskan kesamaan diantara masing-masing unsur, namun yang terpenting adalah bahwa terjadi keseimbangan meskipun kadarnya berbeda. Keadilan dalam dimensi keseimbangan ini juga diekspresikan dengan menggunakan kata *qawāma* sebagaimana disebutkan (Al-Qur’an dan Terjemahannya, 2005 : 365),

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : “Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan yang maha pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di antara keduanya secara wajar” (Q.S. al-Furqān, 25, 67).

Keseimbangan dalam konteks ini jelas berbeda dengan kesamaan, sehingga tidak dibutuhkan sama sekali kesamaan untuk dapat mencapai keseimbangan. Catatan ini perlu diberikan mengingat banyak petunjuk al-Qur'an yang terkesan membedakan satu dengan lain. Sebagai contoh adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam hal waris maupun dalam persaksian. Dalam hal ini keadilan harus diartikan sebagai keseimbangan bukan kesamaan.

### 3) *Nubuwwah* (Kenabian)

Dalam firman Allah SWT. (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 420),

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ  
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya : "Sungguh, telah ada pada (diri) rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah" (Q.S. Al-Ahzāb, 33 : 21).

*Nubuwwah* berasal dari kata nabi dengan akar kata *na-ba* yang artinya ditinggikan. Dalam hal ini seorang nabi adalah seseorang yang ditinggikan derajatnya oleh Allah SWT. dengan memberinya wahyu. Secara terminologis nabi adalah manusia, laki-laki, yang dipilih Allah SWT. untuk menyampaikan misi ajaran (*risālah*) dan tidak diiringi

dengan kewajiban menyampaikannya atau membawa misi tertentu.  
(Al-Jazairy, 1978 : 258-259 dalam Ilyas, 2011 : 129)

Status sebagai nabi tidak bisa diusahakan oleh siapapun. Jika seseorang misalnya menghabiskan seluruh waktunya untuk beribadah dan meninggalkan segala macam kesenangan dunia dengan harapan mudah-mudahan menjadi nabi, tentu harapannya itu akan sia-sia belaka. Sebab status itu hanyalah semata-mata pemberian Allah SWT.

Allah-lah yang memilih dan menentukan siapa yang akan diangkat menjadi nabi saja atau menjadi nabi dan rasul sekaligus. Namun demikian, sebelum mengangkat seseorang menjadi nabi, Allah SWT. sudah menyiapkan dan memelihara kepribadian orang tersebut sehingga orang yang akan diangkat menjadi nabi memiliki kepribadian yang sempurna. Sempurna dalam artian memiliki jiwa yang utuh, nalar yang kuat, dan akhlak mulia serta garis keturunan yang baik dan mulia.  
(Ilyas, 2011 : 134)

Secara umum setiap nabi (termasuk juga rasul) memiliki sifat-sifat yang mulia dan terpuji sesuai dengan statusnya sebagai manusia pilihan Allah SWT, baik dalam hal-hal yang berhubungan langsung dengan Allah SWT. secara vertikal maupun dengan sesama manusia dan makhluk Allah SWT. lainnya. Namun demikian, secara khusus setiap nabi memiliki empat sifat yang erat kaitannya dengan tugasnya sebagai utusan Allah SWT. yang membawa misi membimbing umat

menempuh jalan yang diridhai oleh Allah SWT. keempat sifat tersebut adalah sebagai berikut :

a) *Aş-şidqu* (Benar)

Artinya selalu berkata benar dan tidak pernah berdusta dalam keadaan bagaimanapun. Apapun yang dikatakan oleh seorang nabi baik berupa berita, janji, ramalan, masa depan, dan lain-lain selalu mengandung kebenaran. Mustahil seorang nabi mempunyai sifat *kazib* atau pendusta, karena hal tersebut menyebabkan tidak adanya orang yang akan membenarkan risalahnya. Sedangkan orang biasa saja yang mempunyai sifat pendusta tidak akan dipercaya orang, apalagi seorang nabi.

b) *Al-Amanah* (Dipercaya)

Artinya seorang nabi selalu menjaga dan menunaikan amanah yang dipikulkan ke pundaknya. Perbuatannya akan selalu sama dengan perkataannya. Dia akan selalu menjaga amanah kapan dan dimanapun, baik dilihat dan diketahui orang lain maupun tidak. Oleh sebab itu mustahil seorang nabi berkhianat, melanggar amanat atau tidak sesuai kata dan perbuatan.

c) *Al-Faṭānah* (Cerdas)

Artinya seorang nabi memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi, pikiran yang jernih, penuh kearifan dan kebijaksanaan.

Dia akan mampu mengatasi persoalan yang paling dilematis sekalipun tanpa harus meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

d) *At-Tablig* (Menyampaikan)

Artinya seorang nabi akan menyampaikan apa saja yang diperintahkan Allah SWT. untuk disampaikan. Tidak akan ada satu-pun bujukan atau ancaman yang menyebabkan dia menyembunyikan sebagian dari wahyu yang wajib disampaikannya. Mustahil seorang nabi menyembunyikan wahyu Ilahi. Jika itu terjadi tentu berakibat batal *nubuwwah* dan *risālah*-nya.

Setiap nabi (termasuk rasul) adalah *ma'sum* artinya terpelihara dari segala macam dosa, baik kecil maupun yang besar. Tetapi sebagai manusia biasa yang juga tidak terbebas dari sifat lupa seorang nabi bisa saja melakukan ke-*khilāf*-an seperti *khilāf* yang dilakukan oleh nabi Adam A.S. (mendekati pohon larangan) akibat godaan setan.

Selain ke-*khilāf*-an dalam lupa ada pula untuk hal-hal yang tidak dibimbing langsung oleh Allah SWT. bisa saja menghasilkan suatu *ijtihād* yang keliru, seperti keputusan nabi Muhammad S.A.W. tentang tawanan perang Badar (menerima usulan menawan musuh-musuh yang tertangkap dalam perang dan menolak usulan 'Umar untuk membunuh mereka) yang kemudian ditegur Allah SWT. Hanya dengan dua model itulah

(terlupa dan keliru ber-*ijtihad*) seorang nabi mungkin melakukan kekhilafan.

#### 4) *Khilāfah* (Pemerintahan)

*Khilāfah* yang dapat diartikan pengelola atau pemerintahan berasal dari kata *khalifah* dengan akar kata *kha-la-fa* memiliki makna dasar mengganti, belakang, dan perubahan atau suksesi (Ahmad, 1999 : 374 dalam Rahim, 2012 : 26). Kata *khalafa-yakhlafu* dalam al-Qur'an digunakan dalam arti mengganti, baik dalam konteks penggantian generasi maupun dalam pengertian penggantian kepemimpinan (Salim, 1994 : 112 dalam Rahim, 2012 : 26).

Pembahasan tentang *khalifah* dalam al-Qur'an merupakan pembahasan tentang salah satu kedudukan manusia di bumi. Kedudukan yang dimaksud di sini adalah konsep yang menunjukkan hubungan manusia dengan Allah SWT. dan dengan lingkungannya. Salah satu ayat yang relevan dengan hal tersebut antara lain (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 439),

هُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ فِي الْأَرْضِ ۖ فَمَنْ كَفَرَ فَعَلَيْهِ كُفْرُهُ ۖ وَلَا يَزِيدُ الْكَافِرِينَ  
كُفْرَهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ إِلَّا مَقْتًا ۖ وَلَا يَزِيدُ الْكَافِرِينَ كُفْرَهُمْ إِلَّا خَسَارًا ﴿٣٩﴾

Artinya : “Dia-lah yang menjadikan kamu khalifah-khalifah di muka bumi. Barangsiapa yang kafir, Maka (akibat) kekafirannya menimpa dirinya sendiri. dan kekafiran orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kemurkaan pada sisi Tuhannya dan kekafiran orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kerugian mereka belaka” (Q.S. Fāthir, 35 : 39).

Di dalam ayat tersebut Allah SWT. secara terang menjelaskan bahwa Dia-lah yang menganugerahkan kedudukan manusia sebagai *khalifah*. Dengan demikian tergambar adanya hubungan antara manusia dengan Tuhan. Selanjutnya ayat tersebut mengingatkan bahwa siapa yang kafir atau ingkar, khususnya mengingkari Tuhan yang telah menjadikannya sebagai *khalifah*, maka orang itu sendiri yang akan menanggung akibat pengingkarannya, berupa kemurkaan Tuhan atau kerugian bagi dirinya sendiri.

#### 5) *Ma'ad* (Hasil)

Dalam firman Allah SWT. (Al-Qur'an dan Terjemahannya, 2005 : 597),

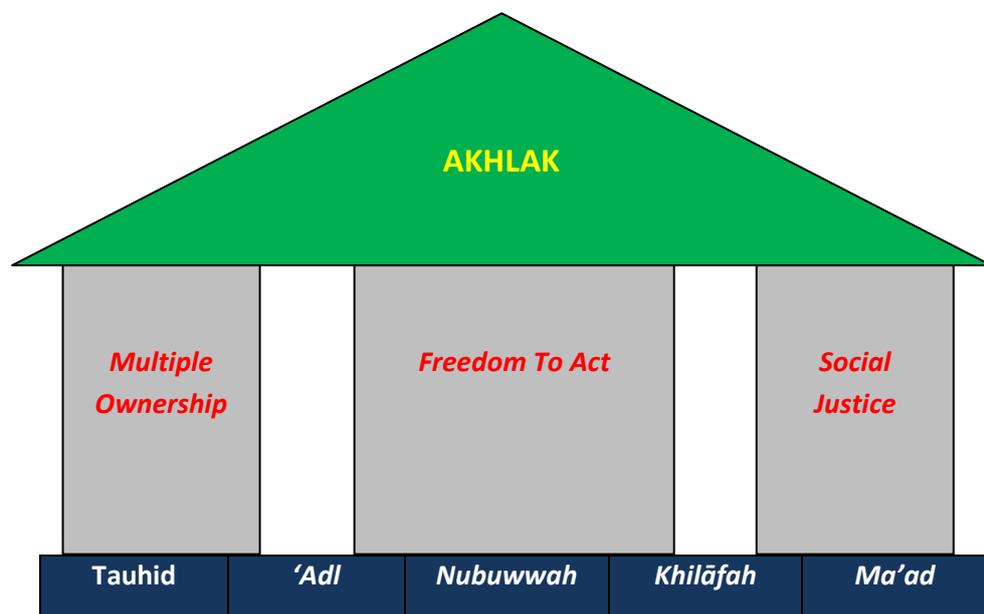
إِنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ أَلْرُّجَىٰ ﴿٨﴾

Artinya : " *Sungguh, hanya kepada tuhanmulah tempat kembali(mu)*" (Q.S. Al-'Alaq, 96 : 08).

Walaupun seringkali diterjemahkan sebagai "kebangkitan", tetapi secara harfiah *ma'ad* berarti "kembali". Kembali sebagaimana yang dimaksud pada ayat diatas yaitu kembali pada Allah SWT. Hidup manusia tidak hanya di dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam setelah dunia (akhirat). (Karim, 2011 : 41)

### b. Bangun Rancang Ekonomi Islam

Dasar dari prinsip-prinsip umum ekonomi Islam dapat membentuk keseluruhan kerangka ekonomi Islam, yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan dapat divisualisasikan sebagai berikut : (Karim, 2011 : 33-42)



Visualisasi gambar yang lebih dikenal dengan rancang bangun ekonomi Islam di atas memberi pemahaman akan lima nilai *universal* sebagai landasan teori ekonomi Islam serta menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisinya. Kelima nilai yang dimaksud yakni tauhid (keesaan tuhan), *'adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilāfah* (pemerintahan), dan *ma'ad* (hasil).

Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem ekonomi Islam. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership*, *freedom to act*, dan *social justice*.

Di atas semua nilai dan prinsip yang telah diuraikan, dibangunlah konsep yang memayungi kesemuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak menempati posisi puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi yaitu untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya.

#### 1) Nilai-nilai universal : Teori Ekonomi

Untuk merealisasikan sebuah tujuan dibutuhkan suatu sistem yang akan mendukung terciptanya tujuan tersebut dan sekaligus menjadi alat ukur penerapannya yaitu berupa nilai dan prinsip-prinsip umum ekonomi Islam. Sistem nilai pada hakekatnya sesuatu yang akan memberikan makna dalam

kehidupan manusia dalam setiap peran yang dilakukan (Amiur, 2010 : 29).

a) Tauhid

Untuk mencapai substansial dalam kegiatan ekonomi landasan paling fundamental adalah tauhid, karena dengan landasan tauhid ini dapat dibedakan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional. Tauhid membersihkan agama secara mutlak dari semua keraguan menyangkut transendensi dan keesaan Tuhan. Hanya Allah-lah yang patut diagungkan dan disucikan, dijadikan tempat mengadu dan meratap (Qaradhawi, 97 : 203). Dengan tauhid itu manusia bisa mencapai dua tujuan sekaligus, yaitu mengukuhkan Tuhan sebagai satu-satunya pencipta alam semesta dan mensesderajatkan semua manusia sebagai makhluk tuhan (Isma'il, 1988 : 165) dan berikut juga yang membedakan derajat seseorang dihadapan Allah SWT adalah ketaqwaannya.

Begitu juga dalam pandangan dunia holistik tauhid bukanlah hanya sekedar ajaran tentang kepercayaan kepada Tuhan yang Maha Esa, akan tetapi jauh lebih mencakup pengaturan tentang sikap manusia terhadap Tuhan dan terhadap sumber-sumber daya manusia maupun alam semesta. Aspek terpenting dari tauhid tersebut adalah berfungsi untuk

membangun kualitas-kualitas individu, sekaligus juga membina masyarakat, yang keanggotaannya terdiri dari individu-individu (Isma'il, 1988 : 30).

Karena Allah menciptakan segala sesuatunya dengan suatu tujuan yang jelas, maka ini akan memberikan arti yang cukup signifikan bagi jagad raya dimana manusia sebagai aktor utamanya dan setelah penciptaan ini Tuhan tidak pensiun. Ia aktif terlibat dalam segala urusannya dan selalu waspada dan melihat kejadian yang paling kecil sekalipun (Chapra, 2000 : 204).

b) '*Adl* (Keadilan)

Konsep tauhid akan tetap menjadi konsep yang kosong dan tidak memiliki substansi jika tidak dibarengi dengan keadilan sosio-ekonomi. Seperti diungkapkan oleh Ibnu Taimiyah dalam Chapra, 2000 : 211, bahwa "Allah menyukai negeri adil meskipun kafir, tetapi tidak menyukai negara tidak adil meskipun beriman, dan dunia akan dapat bertahan dengan keadilan meskipun tidak beriman, tetapi tidak akan bertahan dengan ketidakadilan meskipun Islam". Keadilan telah dipandang oleh para *fuqaha'* sebagai isi pokok *maqasid asy-syari'ah*. Islam sangat menentang keras berbagai bentuk ketidakadilan, ketidak merataan, eksploitasi,

penindasan dan kekeliruan, sehingga seseorang menjauhkan hak orang lain atau tidak memenuhi kewajibannya terhadap mereka.

c) *Nubuwwah* (Kenabian)

Untuk umat muslim, Allah SWT. telah mengirimkan “manusia model” yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, yaitu nabi Muhammad SAW. Karena *rahmān*, *rahīm* dan kebijaksanaan Allah SWT., manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Selain itu, telah diutusny para nabi dan rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (*taubah*) ke asal-muasal segala, yaitu Allah SWT. Sebagaimana dalam Karim, 2011 : 38-42, bahwa sifat-sifat utama “sang model” yang harus diteladani oleh manusia khususnya umat muslim sebagai pelaku ekonomi dan bisnis sebagai berikut ;

(1) *Sidiq* (Jujur)

Sifat *sidiq* yang dapat pula diartikan sebagai “benar” harus menjadi visi hidup setiap muslim, karena hidup kita berasal dari yang maha benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, yang maha benar. Dengan demikian, tujuan hidup muslim sudah terumus dengan baik. Dari konsep *sidiq* ini, muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis, yakni

efektivitas (mencapai tujuan yang tepat dan benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan *mubāzir*-an, karena jika *mubāzir* maka tidak benar)

## (2) Amanah

Amanah menjadi misi hidup setiap muslim. Karena maha benar dapat kita jumpai dalam keadaan *riḍa* dan *di-riḍa*-i, bila kita menepati amanat yang telah dipikulkan kepada kita. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggungjawab yang tinggi pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggungjawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggungjawab, kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

## (3) *Faṭānah* (Intelektualita)

Sifat ini dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk mencapai “sang benar”, kita harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualita). Karena itu Allah dalam al-Qur’an selalu menyindir orang-orang yang menolak

seruan untuk kembali (*taubah*) kepada-Nya dengan kalimat “*apakah kamu tidak berpikir?*”, “*apakah kamu tidak menggunakan akalmu?*”. Bahkan peringatan paling keras terdapat dalam Q.S. Yūnus, 10 : 100 yang artinya

*“Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan azab kepada orang yang tidak (menggunakan akalnyanya sehingga) tidak mengerti”*

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan, dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel, dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan berbisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdas supaya usahanya efektif dan efisien, serta agar tidak menjadi korban penipuan.

#### (4) *Tablig*

Sifat *tablig* ini juga dapat dikatakan sebagai taktik hidup seorang muslim, karena setiap muslim mengemban tanggung jawab da’wah yakni menyeru, mengajak dan memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar yang tangguh dan lihai. Sifat *tablig* menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal maupun masal), pemasaran, penjualan, periklanan

pembentukan opini masa, iklim keterbukaan dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penyampaian sesuatu.

d) *Khilāfah* (Pemerintahan)

Dalam nilai *khilāfah* ini mendasari prinsip kehidupan kolektif dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah agar menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan atau dikurangi. Dalam Islam, *khilāfah* atau yang dimaksud pemerintah memainkan peranan yang kecil, tetapi sangat penting dalam perekonomian.

Menurut Dale F. Eicklman (1998 : 71) dalam Zaprul Khan (2004 : 175) bahwa ada satu memori kolektif yang kuat sekali di kalangan umat Islam, yaitu dalam Islam terdapat semacam doktrin yang berbunyi “*al-Islam huwa al-din wa al-dawlah*” yang maksudnya Islam adalah agama dan sekaligus kekuasaan. Sehingga implikasi hubungan antara agama dan negara, antara aspek ritual dan politik, sangat erat kaitannya, bahkan tidak bisa dipisahkan. Aspek hukum menyentuh ke semua aspek sosial politik.

Effendy (2001 : 7) dalam Zaprul Khan (2004 : 175-176) menyatakan pada lazimnya, orang Islam percaya terhadap sifat Islam yang holistik. Sebagai sebuah alat untuk memahami kehidupan, Islam sering dianggap sebagai sesuatu yang lebih dari sekedar agama. Ada yang melihatnya sebagai suatu “masyarakat

sipil”. Ada juga yang menilainya sebagai suatu sistem “peradaban yang menyeluruh”. Bahkan ada juga yang memercayainya sebagai “agama dan negara”. Lebih spesifik lagi, Islam tidak mengenal dinding pemisah antara yang bersifat spiritual dan temporal. Sebaliknya, Islam memberi panduan etis bagi aspek kehidupan.

Manusia telah dibekali dengan semua karakteristik mental dan spiritual serta materil untuk memungkinkannya hidup dan mengemban misinya secara efektif (Chapra, 2000 : 204).

e) *Ma’ad* (Hasil)

Pandangan dunia yang khas dari seorang muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai “dunia ladang akhirat” yang artinya, dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh). Namun demikian, akhirat lebih baik daripada dunia, karena itu Allah melarang kita untuk terikat pada dunia sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Allah menandakan bahwa manusia diciptakan di dunia untuk perjuangan atau berusaha. Perjuangan ini akan mendapatkan ganjaran, baik di dunia maupun di akhirat. Karena itu *ma’ad* diartikan juga sebagai imbalan atau ganjaran. Implikasi nilai *ma’ad* ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis diformulasikan untuk mendapatkan laba karena itulah kemudian (istilah) konsep *profit* memiliki substansial nilai hasil atau *ma’ad*. (Karim, 2012 : 41-42)

Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul utamanya nabi Muhammad SAW. sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya yang ditetapkan sebagai suri tauladan.

c. Prinsip-Prinsip Derivatif : Ciri-Ciri Sistem Ekonomi Islam

Kelima nilai yang telah diuraikan di atas menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori dan proporsi ekonomi Islam. Dari kelima nilai ini kita dapat menurunkan tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri sistem ekonomi Islam. Prinsip derivatif tersebut uraiannya dalam Karim, 2011 : 42-44 adalah sebagai berikut ;

1) *Multitype Ownership* (Kepemilikan Multijenis)

Nilai tauhid dan nilai adil melahirkan konsep *multitype ownership*. Dalam sistem kapitalis, prinsip umum kepemilikan yang berlaku adalah kepemilikan swasta. Dalam sistem sosialis prinsip umum kepemilikan yang berlaku adalah kepemilikan negara, sedangkan dalam Islam berlaku prinsip kepemilikan multijenis, yakni mengakui bermacam-macam bentuk kepemilikan, baik oleh swasta, negara, atau campuran.

Prinsip ini adalah terjemahan dari nilai tauhid bahwa pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah SWT., sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder. Dengan demikian,

konsep kepemilikan swasta diakui. Namun, untuk menjamin keadilan, yakni supaya tidak ada proses penzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain, maka cabang-cabang produksi yang penting dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara. Dengan demikian, kepemilikan negara dan nasionalisasi juga diakui. Sistem kepemilikan campuran juga mendapat tempat dalam Islam, baik campuran swasta-negara, swasta domestik-asing, atau negara-asing,. Semua konsep ini berasal dari filosofi, norma, dan nilai-nilai Islam.

## 2) *Freedom to Act* (Kebebasan Bertindak / Berusaha)

Ketika menjelaskan nilai *nubuwwah*, secara ringkas sudah sampai pada kesimpulan bahwa penerapan nilai ini akan melahirkan pribadi-pribadi yang profesional dan prestatif di segala bidang, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Pelaku-pelaku ekonomi dan bisnis menjadikan nabi sebagai teladan serta model dalam melakukan aktivitasnya. Sifat-sifat nabi yang dijadikan model tersebut terangkum ke dalam empat sifat utama, yakni *sidiq*, amanah, *faṭānah*, dan *tablig*. Sedapat mungkin setiap muslim harus dapat menyerap sifat-sifat ini agar menjadi bagian perilakunya sehari-hari dalam segala aspek kehidupan.

Keempat nilai-nilai *nubuwwah* ini bila digabungkan dengan nilai keadilan dan nilai *khilāfah* (*good governance*) akan

melahirkan prinsip *freedom to act* pada setiap muslim, khususnya pelaku ekonomi dan bisnis. *Freedom to act* bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian. Karena itu, mekanisme pasar adalah keharusan dalam Islam, dengan syarat tidak ada distorsi (proses pendzaliman). Potensi distorsi dikurangi dengan penghayatan nilai keadilan. Penegakan keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua *mafsadah* (segala yang merusak), *riba* (tambahan yang didapat secara dzalim), *gharar* (ketidakpastian), *tadlis* (penipuan), penipuan, dan *maysir* (perjudian). Negara bertugas menyingkirkan atau paling tidak mengurangi *market distortion* ini. dengan demikian, negara atau pemerintah bertindak sebagai wasit yang mengawasi interaksi (mu'amalah) pelaku-pelaku ekonomi dan bisnis dalam wilayah kekuasaannya untuk menjamin tidak dilanggarnya syariah, supaya tidak ada pihak-pihak yang dzalim atau terdzalimi, dan sehingga tercipta iklim ekonomi dan bisnis yang sehat.

### 3) *Social Justice* (Keadilan Sosial)

Gabungan nilai *khilāfah* dan nilai *ma'ad* melahirkan prinsip keadilan sosial. Dalam Islam, pemerintah bertanggungjawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan, keseimbangan sosial antara yang kaya dan yang miskin. Semua sistem ekonomi mempunyai tujuan yang sama yaitu menciptakan sistem perekonomian yang adil. Namun tidak

semuanya sistem tersebut mampu dan secara konsisten menciptakan sistem yang adil.

Sistem yang baik adalah sistem yang dengan tegas dan secara konsisten menjalankan prinsip-prinsip keadilan. Dalam sistem sosialis, keadilan akan terwujud apabila masyarakatnya dapat menikmati barang dan jasa dengan dengan sama rasa dan sama rata. Sedangkan dalam sistem kapitalis adil apabila setiap individu mendapatkan apa yang menjadi haknya. Dalam kenyataannya sering ditemui bahwa dalam sistem sosialis pun, negara menjadi faktor yang dominan dan dengan dominasinya tersebut para birokrat dan penguasa menjadi kaum kapitalis di tengah kaum sosialis yang miskin.

Tidak berbeda dengan sistem kapitalis, sistem yang mendasarkan pada mekanisme pasar ini bercita-cita keadilan dapat ditegakkan, namun kenyataannya mengatakan tidak. Sistem kapitalis justru mendorong terbentuknya industri korporasi (perekonomian didominasi oleh sebagian kecil orang saja), melegalkan monopoli (setidaknya sistem kapitalis tidak mempunyai perangkat kebijakan yang tegas untuk menghilangkan monopoli tersebut), dan sangat mendawakan modal dengan penghargaan yang berlebihan (*cost of fund*) yang direfleksikan dengan sistem bunga telah mendorong inefisiensi penggunaan modal.

Dalam Islam, keadilan diartikan dengan suka sama suka dan satu pihak tidak mendzalimi pihak yang lain. Islam menganut sistem mekanisme pasar, namun tidak semuanya diserahkan pada mekanisme harga karena segala distorsi yang muncul dalam perekonomian tidak sepenuhnya dapat diselesaikan, maka Islam membolehkan adanya beberapa intervensi, baik intervensi harga maupun intervensi pasar. Selain itu, Islam juga melengkapi perangkat berupa instrumen kebijakan yang difungsikan untuk mengatasi segala distorsi yang muncul.

d. Akhlak : Perilaku Islam Dalam Perekonomian

Adanya landasan teori yang kuat dan prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam yang menyeluruh masih dimungkinkan terdapat kekurangan. Kekurangan yang dimaksud karena teori dan sistem menuntut adanya manusia yang menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam teori dan sistem tersebut. Dengan kata lain, harus ada manusia yang berperilaku, berakhlak secara profesional (*ihsān* dan *itqān*) dalam bidang ekonomi. Baik dalam posisi sebagai produsen, konsumen, pengusaha, karyawan atau sebagai pejabat pemerintah. Karena teori yang unggul dan sistem-sistem ekonomi yang sesuai syariah sama sekali bukan merupakan jaminan bahwa perekonomian umat Islam akan otomatis maju.

Sistem ekonomi Islam hanya memastikan bahwa tidak ada transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syariah. Tetapi kinerja bisnis tergantung pada *man behind the gun*-nya. Karena itu perilaku ekonomi dalam kerangka ini dapat saja dipegang oleh umat non-muslim. Perekonomian umat Islam baru dapat maju bila pola pikir dan pola laku muslimin/at sudah *itqān* (tekun) dan *ihsān* (profesional). (Karim, 2011 : 46)

## **G. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan dalam skripsi ini terbagi menjadi empat Bab. Pada masing-masing bab terdiri dari beberapa subbab dengan menyetengahkan pembahasan yang saling berkesinambungan antara satu dan lainnya.

Bab pertama, merupakan bab pengantar yang menyajikan beberapa subbab, yakni latar belakang masalah, yang menyetengahkan latar belakang timbulnya masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, dan pentingnya penelitian ini dilakukan, selain itu merupakan sebab-sebab (alasan) mengapa suatu masalah atau hal itu menarik untuk diteliti. Subbab berikutnya rumusan masalah, tindak lanjut dari penemuan suatu masalah yang akan mengidentifikasi masalah-masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini, sedangkan dalam subbab tujuan penelitian adalah pernyataan jawaban atas pertanyaan mengapa penelitian ini

dilakukan. Sedangkan kegunaan penelitian adalah pada intinya, menguraikan seberapa jauh kontribusi hasil penelitian. Selanjutnya pada subbab kajian pustaka adalah memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah membahas masalah praktik *multi level marketing* dalam dunia bisnis. Selanjutnya kerangka teori disini adalah dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan.

Bab kedua, dipaparkan metodologi penelitian dalam memecahkan permasalahan yang diangkat, sehingga permasalahan dapat diselesaikan dengan tuntas. Begitu pula dengan subbab sistematika pembahasan mengetengahkan sistematika penulisan penyelesaian masalah dalam penelitian ini.

Bab ketiga, membahas prinsip-prinsip umum yang divisualisasikan sebagai bangun rancang dalam ekonomi Islam dengan kaitannya terhadap penerapan tindakan dalam bidang ekonomi dan bisnis itu sendiri, kemudian menjelaskan mengenai sistem yang terdapat dalam *multi level marketing* pada pembiayaan haji dan umrah dan diakhiri dengan analisisnya bila dirujuk dalam perspektif prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Bab keempat, merupakan bagian penutup dengan memuat beberapa kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini serta beberapa rekomendasi dari

hasil analisis pada skripsi ini agar tampak jelas sumbangsih yang diberikan.