

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan muamalah dalam Islam merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari segi penjual dan sebaliknya untuk para konsumen memiliki tujuan untuk mendapatkan manfaat dari barang maupun jasa yang mereka peroleh. Dalam melakukan kegiatan muamalah ada hal yang sering dipertanyakan oleh umat Muslim yaitu mengenai kehalalan, salah satunya mengenai bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). MLM mulai berkembang dewasa ini dan banyak menguasai pasar bisnis sehingga banyak masyarakat yang terjun kedalamnya sebagai *distributor*.

Menurut kaidah fikih, *Al-Ashlu fil muamalah al-ibahah hatta yadullu ad-dalilu 'ala tahrimiha* (*Qawaid Fiqhiyah, Kaidah 50*), bahwa pada dasarnya bisnis masuk kategori muamalah yang boleh hukumnya untuk dilakukan, kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya.

Agama Islam merupakan agama yang memahami mengenai perkembangan dan juga perubahan, oleh karena itu dalam melakukan bisnis pasti kedepannya akan mengalami perkembangan dan menjadi lebih dinamis. Islam sendiri memahami bahwa seseorang dalam berbisnis akan mengalami improvisasi juga inovasi yang membuat bisnis memiliki teknik, cara dan mediasi yang beragam dalam memperdagangkan produk. Tetapi dalam mengembangkan cara atau tekniknya seseorang dalam berbisnis, Islam memiliki prinsip-prinsip yang harus

dijadikan pedoman didalamnya yaitu tidak mengandung unsur *dharar* (berbahaya), tidak mengandung unsur *jahalah* (ketidakjelasan), dan tidak mengandung unsur *zhulm* (merugikan atau ketidakadilan kepada satu pihak/ pihak lain).

Pada dasarnya dalam melakukan bisnis, Islam mengharuskan seseorang untuk berbuat adil, tidak *medzolimi* pihak lain dan tidak menguntungkan satu pihak saja. Namun selain tiga prinsip yang menjadi pedoman untuk melakukan bisnis, Islam juga menyuruh umatnya dalam berbisnis untuk menghindari atau terbebas dari unsur *Maghrib*, *Maghrib* yang dimaksud adalah *Maysir* (judi), *Aniaya*, *Gharar* (penipuan), *Haram*, *Riba* (bunga), *Ihtikar* (penimbunan barang) dan *Bathil* (Muhammad Saifullah 2011: 19).

Untuk melakukan bisnis MLM sebagai umat muslim tentunya harus melakukannya tanpa mengandung unsur yang dilarang seperti yang disebutkan di atas, sehingga pentingnya bagi seseorang untuk terjun ke bisnis MLM yaitu memahami bagaimana produk yang akan diperjualbelikan dan juga sistem yang digunakan harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

MLM adalah bisnis yang dilakukan menggunakan strategi *marketing* yaitu levelisasi, levelisasi ini adalah pemasaran dengan cara bertingkat yang mengandung unsur positif sesuai syariah Islam. Jika dilihat bisnis MLM ini bisa dikatakan seperti dakwah atau *tarbiyah* karena dilakukan dengan cara silaturahmi. Cara yang digunakan tersebut sebelumnya juga digunakan oleh Rasulullah untuk melakukan dakwah Islam, atau biasa orang-orang menyebutnya dengan istilah *gethok tular* (dari mulut ke mulut). Rasulullah dulu

menyampaikan dakwah dari sahabat ke sahabat hingga Islam kini menyebar dan dipercaya oleh banyak masyarakat sebagai agama mereka (Azhari Akmal Tarigan 2002: 30).

Dewasa ini banyak orang Indonesia yang mulai terbuka untuk membangun bisnis. Termasuk bisnis MLM yang sekarang banyak diminati oleh orang-orang Indonesia, tetapi tidak sedikit juga orang yang beranggapan negatif mengenai bisnis MLM ini karena merasa tidak realistis atau tipu-tipu. Istilah MLM sekarang ini banyak dimanfaatkan oleh oknum lain yang sebenarnya adalah bisnis *money game* tetapi mengaku sebagai MLM, inilah yang membuat nama MLM menjadi buruk di masyarakat. Lalu bagaimana dengan MLM berbasis syariah apakah memiliki citra yang buruk juga di masyarakat.

Bisnis MLM pertama kali masuk di Indonesia pada sekitar 1986 yaitu *Creative Network International (CNI)* dari PT. Centra Nusa Insan Cemerlang, dan terus berkembang hingga sekarang perusahaan-perusahaan dengan sistem MLM (Syamhudi, 2001: 3).

Tetapi tentu saja sebagai umat Muslim memang seharusnya jika memilih bisnis yang halal menurut syariah, sehingga bisnis MLM kini menjadi bisnis yang tidak hanya bisnis secara konvensional tetapi juga berkembang menjadi bisnis yang berbasis syariah atau yang biasa dikenal dengan MLM Syariah. MLM syariah yang ada di Indonesia bisa dikatakan masih baru dibanding MLM konvensional, MLM Syariah mulai menjadi unit usaha syariah sejak dikeluarkannya Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN/MUI/VII/2009 yang

menjelaskan tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Rahmah et al, 2017).

Belakangan ini ada salah satu MLM syariah yang perkembangannya jaringannya sangat cepat dan kini sudah memiliki *distributor* kurang lebih 4 juta orang diseluruh Indonesia yang menjalin kerjasama dengan perusahaan tersebut, perusahaan yang dimaksud adalah Tiens Syariah.

Bisnis MLM yang berasal dari Tianjin, China yaitu Tiens Group dibentuk tahun 1995 dan masuk ke Indonesia dengan nama perusahaan PT. Singa Langit Jaya di tahun 2001. Sebelumnya bisnis Tiens adalah bisnis konvensional tetapi kini perusahaan yang memiliki *distributor* kurang lebih 4 juta orang diseluruh Indonesia ini sudah resmi menjadi bisnis MLM syariah di tahun 2014 (tiens.co.id).

Objek yang dijual Tiens Syariah adalah suplemen kesehatan, perawatan pribadi, alat kesehatan, perawatan rumah tangga, produk pertanian dan produk otomotif yang berstatus halal. Lalu bagaimana dengan implementasi akad yang dilakukan pada perusahaan yang kini sudah menjadi unit usaha syariah.

Dalam Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dijelaskan mengenai cara perekrutan *distributor* baru di Tiens Syariah dengan bukti surat kerjasama yang menggunakan akad *Wakalah bil Ujrah*, yaitu pemberian kuasa dari pihak pertama ke pihak kedua dengan pemberian imbalan atau bonus (*ujrah*), akad *Wakalah bil Ujrah* pelaksanaannya pada rekrutmen dan pembagian bonus (*ujrah*). Lalu Akad *Al-Bai' wal Murabahah*, yaitu akad jual beli dengan harga

asal dan disepakati jumlah tambahannya (keuntungan), akad *Al-Bai' wal Murabahah* pelaksanaannya pada penjualan produk. Akad ketiga yang digunakan adalah *Jualah*, yaitu imbalan tertentu atau tidak tertentu yang tidak diketahui. Akad *Jualah* pelaksanaan pada pembagian hadiah (*reward*) pencapaian. Dan akad terakhir yang digunakan adalah akad *Ijarah*, yaitu pemindahan hak (manfaat) atas barang. Akad *Ijarah* pelaksanaannya pada jumlah jaringan (*downline*).

Namun meski sudah dijelaskan tentang akad- akad apa saja yang harus digunakan, tetapi yang paling penting adalah pemahaman *distributor* dan implementasi akadnya pada bisnis Tiens Syariah. Pada kenyataannya *distributor* Tiens Syariah sendiri tidak semuanya berasal dari pelajar/ mahasiswa yang mempelajari bidang hukum Islam atau memiliki pemahaman tentang hukum Islam, karena bisnis MLM memang tidak memiliki waktu tertentu pada pelaksanaannya dan tidak memandang status sosial bahkan tingkat pendidikan, mereka berasal dari latar belakang yang berbeda- beda. Para *distributor* sendiri rutin mengadakan pertemuan baik *distributor* baru maupun yang sudah *upline* mendapatkan ilmu dari pertemuan yang diadakan oleh satu piramida bintang 8 kebawah.

Lalu bagaimana dengan pemahaman *distributor* dan implementasi akadnya, apakah mereka para *distributor* Tiens Syariah memahami apa maksud dari masing- masing akad yang ada dalam buku "*Distributor Handbook Tiens*" dan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 yang mereka gunakan sebagai acuan menjalin kerjasama bisnis Tiens Syariah kepada prospek (calon

distributor), apakah para *distributor* Tiens Syariah ini memahami dan mengimplementasikannya dengan benar. Didasarkan pada pemaparan yang penulis sampaikan di atas, penulis bermaksud ingin meneliti mengenai :
“PEMAHAMAN *DISTRIBUTOR* DAN IMPLEMENTASI AKAD *MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH* MENURUT FATWA DSN-MUI NO. 75/DSN/MUI/VII/2009 (Studi Kasus PT. Singa Langit Jaya Stokis Tiens Syariah 039 Jogja Tiens Center).”

B. Rumusan Masalah

Dengan berdasar latar belakang dari masalah yang sudah dipaparkan diatas, penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persepsi dari pihak anggota yaitu :

1. Bagaimana pemahaman *distributor* tentang Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja ?
2. Bagaimana implementasi akad di Tiens Syariah 039 Jogja ?
3. Bagaimana pandangan Hukum Islam terhadap Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan adanya latar belakang dari masalah yang sudah dipaparkan diatas menghasilkan tujuan penelitian, adapun tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pemahaman *distributor* tentang Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang implementasi akad di Tiens Syariah 039 Jogja

3. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pandangan Hukum Islam terhadap Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang dilakukan, semoga akan memberikan manfaat dan juga kegunaan yang diantaranya :

1. Untuk Peneliti

Sebagai peneliti berharap dengan adanya penelitian yang dilakukan dapat mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang :

- a. Pemahaman *distributor* tentang Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja
- b. Implementasi akad di Tiens Syariah 039 Jogja
- c. Pandangan Hukum Islam terhadap Bisnis Tiens Syariah 039 Jogja

2. Untuk Pihak Lain

Sebagai peneliti berharap dengan adanya penelitian yang dilakukan dapat menjadikan sumber informasi baru kepada pihak lain serta menambah pengetahuan serta menjadi bahan rujukan tambahan apabila pihak lain melakukan penelitian yang topiknya juga sama.