

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat, dengan kegiatan berbisnis, kualitas hidup masyarakat dapat meningkat. Selain itu, kegiatan berbisnis juga dapat berperan dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan ekonomi suatu bangsa ialah keberadaan bisnis yang masif sehingga dapat membantu dalam penciptaan lapangan pekerjaan baru (Buchari, 2009).

Dewasa ini, di Indonesia bisnis telah berkembang menjadi beragam bentuknya. Salah satu bentuk perkembangan bisnis adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing*. Keunikan bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* terletak pada distribusi produk yang tidak dapat dijumpai pada toko-toko, swalayan dan warung-warung. Produk yang dijual oleh bisnis dengan sistem *multi level* hanya dapat diperoleh melalui distributor resmi perusahaan secara langsung. Oleh sebab itu, sistem bisnis *Multi Level Marketing* disebut penjualan langsung (*dirrect selling*). Distributor tersebut pada umumnya berupa perorangan (Tanjung, 2013).

Bisnis MLM mulai dikenal di Eropa sejak tahun 1980-an dan masuk ke Indonesia pada tahun 1986 dengan dipelopori oleh PT. Centra Nusa Insan Cemerlang atau yang lebih dikenal dengan sebutan CNI (*Creative Network Intenational*). Hingga saat ini bisnis dengan sistem penjualan langsung

(MLM) masih terus berkembang dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru (Syamhudi, 2001).

Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan cabang dari *direct selling*. *Direct selling* adalah metode penjualan barang atau jasa tertentu kepada konsumen, dengan cara tatap muka di luar lokasi eceran tetap oleh jaringan pemasar yang dikembangkan oleh anggota. Bekerja berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan. Mekanisme operasional pada MLM ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor. Kemudian orang lain itu dapat mengajak orang lain lagi untuk bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat *single level* (Harefa, 1999).

Dalam perkembangan selanjutnya, muncullah persoalan di masyarakat terkait kehadiran praktik MLM yakni, banyak masyarakat kita yang menjadi korban *money game*, praktik MLM yang tidak sehat, praktik MLM yang berorientasi pada transaksi ilegal, transaksi yang tidak riil, tidak *fair*, dan di dalamnya terdapat unsur penipuan, kebohongan, dan investasi bodong, sehingga menimbulkan keresahan masyarakat. (Hasanudin, 2014). Oleh karena itu dalam melakukan suatu bisnis kita harus selalu berpedoman dengan Etika Bisnis Islam, supaya dalam melakukan suatu bisnis tidak bertentangan dengan syariah Islam.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, kesesuaian nilai-nilai syariah merupakan hal yang penting dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam sebuah bisnis. Menyadari akan hal itu, pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia resmi menetapkan fatwa DSN MUI NO:75/ DSN-MUI/ VII/ 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Ketetapan fatwa tersebut dijadikan sebagai acuan dalam menentukan legalitas syariah pada suatu bisnis *Multi Level Marketing*. Dengan adanya legalitas tersebut, masyarakat muslim yang tertarik untuk bergabung dalam bisnis *Multi Level* dapat memilih perusahaan mana yang telah dinyatakan sesuai syariah oleh DSN MUI (Dsnmui, 2018).

Tujuan dalam sebuah bisnis syariah bukan hanya keuntungan materil saja, akan tetapi terdapat tujuan lain yang sifatnya non-materil yaitu keberkahan. Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif telah mengatur segala aspek kehidupan secara mendetail, dalam sebuah bisnis terdapat aturan berupa nilai-nilai yang dijadikan sebagai garis pemisah antara baik atau buruk dan boleh atau tidak boleh dilakukan oleh pelaku bisnis yang disebut dengan etika bisnis (Badroen, 2015).

Hubungan antara etika (akhlak) dengan kegiatan ekonomi (berbisnis) tidak dapat dipisahkan. Akhlak adalah urat nadi kehidupan Islam, karena risalah Islam adalah risalah akhlak yang diturunkan oleh Allah SWT melalui Rasul-Nya untuk membenahi akhlak manusia (Febriyarni, 2016). Dalam Al-Quran telah banyak disinggung mengenai prinsip-prinsip berbisnis yang baik, salah satunya dalam Q.S. An-Nisaa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ

كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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 maha penyayang kepadamu.”

Berdasarkan Ayat tersebut Allah SWT melarang hamba-Nya dalam memperoleh harta dengan jalan yang batil, seperti harta yang diperoleh dengan cara merampas, riba, berjudi, mencuri dan jalan-jalan haram lainnya. Sedangkan Allah SWT menghalalkan perniagaan (jual beli) yang berlaku atas dasar suka sama suka. Ketentuan suka sama suka merupakan salah satu prinsip dalam etika bisnis Islam. Selain prinsip tersebut masih terdapat prinsip-prinsip lain diantaranya prinsip amanah, jujur, terhindar dari unsur *gharar*, dan lain sebagainya.

Adanya nilai-nilai etis yang mengatur kegiatan berbisnis dalam Islam, bukan berarti Islam menghalangi umatnya untuk mengejar keuntungan, karena sejatinya berbisnis memang dilakukan untuk memperoleh keuntungan demi dapat melangsungkan kehidupan. Akan tetapi bagi seorang muslim tidak dibenarkan mendahulukan kepentingan ekonomi di atas keutamaan aturan yang diajarkan agamanya (Sumantri, 2015).

Salah satu perusahaan *Multi Level Marketing* yang telah lulus peninjauan bisnis syariah dari DSN-MUI adalah PT. Singa Langit Jaya (Tiens Indonesia). Pada tahun 2013 Tiens Indonesia resmi menerima sertifikat syariah yang diberikan langsung oleh Majelis Ulama Indonesia. Perusahaan ini merupakan

perusahaan bisnis multinasional yang bergerak pada bidang pariwisata, retail, dan perdagangan internasional. Di Indonesia sendiri, Produk-produk yang dipasarkan berupa suplemen kesehatan, alat-alat kesehatan, peralatan rumah tangga, perawatan pribadi, produk otomotif, dan produk pertanian. (Komarudin, 2011).

Sejak kehadirannya di Indonesia, Tiens Group kerap menyesuaikan bisnisnya demi menghormati keyakinan agama serta kepercayaan budaya Indonesia. Kini, semua produk Tiens Group telah bersertifikasi halal. Bidang usaha Tiens Group juga telah mendapatkan sertifikasi Syariah dari Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam hal lain, Tiens Group juga terus berkomitmen untuk memberikan kontribusi pada pembangunan masyarakat Indonesia dengan mengadakan kegiatan kemanusiaan seperti bantuan untuk bencana tsunami di Sumatera, dan donasi pada Tzu Chi untuk anak-anak di daerah.

Konsep Tiens Syariah di Indonesia berbeda dengan konsep MLM lainnya yang ada di Indonesia yaitu menasar pada sasaran segmennya dan sistemnya yang tentu saja berbasis syariah. Pertama segmen utama di kalangan anak bangsa yakni, mereka yang senantiasa menegakkan prinsip syariah dalam berbisnis dan hanya berkenan menggunakan pendekatan keagamaan dalam segala aspek kehidupan. Serta satu lagi yakni pangsa pasar yang mengedepankan prinsip syariah apabila dinilai lebih menguntungkan, melihat segmen unggulan ini, Tiens syariah dinilai menguntungkan. Adapun juga permasalahan MLM Syariah di Indonesia adalah prasangka buruk dikalangan

masyarakat terhadap sistem MLM, banyak masyarakat yang telah mengikuti bisnis MLM tetapi malah merugi, prasangka buruk inilah yang menjadikan tantangan sendiri untuk MLM Syariah dalam melebarkan sayap bisnisnya di kalangan masyarakat, memberikan edukasi yang lebih bahwa MLM Syariah khususnya Tiens Syariah Indonesia berbeda dengan MLM lainnya yang menggunakan sistem non-Syariah.

Hingga saat ini Tiens Syariah telah tumbuh menjadi bisnis MLM besar di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan keberhasilannya mencatat lebih dari 4 juta distributor dan konsumen yang tersebar di seluruh Indonesia, tak terkecuali di Yogyakarta (Izini, 2018). Sebagai bisnis *Multi Level Marketing*, distributor Tiens memiliki peran utama dalam bidang pemasaran. Dalam kegiatan bisnisnya, distributor Tiens memiliki peran ganda yakni dalam penjualan produk dan perekrutan mitra bisnis baru. Perekrutan mitra bisnis bertujuan untuk memperluas jaringan bisnis sehingga bisnis MLM tersebut dapat terus berkembang. Bagi distributor yang dapat mencapai target penjualan dan perekrutan mitra bisnis dalam kurun waktu tertentu, maka akan diberikan *reward* dari perusahaan.

Dengan adanya peran ganda tersebut, para pelaku bisnis memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan dan saling menghalalkan segala cara dalam operasional bisnis, sehingga dapat menciptakan aktivitas bisnis yang tidak sehat. Bisnis yang sehat yaitu bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim diharapkan dapat memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis sehingga dapat

mengantarkan pada aktivitas bisnis yang menguntungkan dan mengandung keberkahan (Muhammad, 2004).

Saifullah (2011), dengan judul Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah. Pada Jurnal Walisongo Volume 19 No.1 Mei 2011 ini merupakan jenis penelitian telaah pustaka yang mengkaji mengenai perilaku dan etika bisnis Muhammad sebelum ditunjuk sebagai nabi sekaligus Rasulullah. Perilaku dan etika bisnis Muhammad SAW didasarkan pada Al-Quran dan Hadist. Setelah ditunjuk sebagai nabi (pada usia 40 tahun) kehidupan nabi Muhammad lebih dibimbing oleh wahyu-wahyu Al-Quran. Berdasarkan kajian tersebut diketahui bahwa prinsip-prinsip yang diterapkan oleh nabi Muhammad SAW dalam praktik bisnisnya ialah dengan bersikap jujur, amanah, tidak mengurangi timbangan (adil), menghindari transaksi bisnis yang bersifat gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghalb (menaikkan atau menurunkan harga dibawah rata-rata dengan maksud agar dapat memonopoli pasar) dan tadlis (menipu dengan cara menyembunyikan kecacatan produk). Penelitian diatas adalah dasar dari penelitian ini yang dimana peneliti mengambil contoh dari teladan Rasulullah SAW dalam menjalankan praktik bisnisnya, perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah subjek kajian yang lebih spesifik serta penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif.

Alasan tersebut melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah. Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk

mengambil judul penelitian “Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana implementasi bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta menurut etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui implementasi bisnis *Multi Level Marketing* Tiens Syariah di Yogyakarta menurut etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, adapun manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dan pembaca mengenai alternatif sistem bisnis lain yang dapat digunakan yaitu dengan menggunakan sistem penjualan langsung berjenjang yang berdasarkan pada nilai-nilai, prinsip dan etika bisnis sebagaimana telah diatur dalam Islam. Selain itu, penelitian ini dapat di jadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti etika bisnis Islam maupun bisnis *Multi Level Marketing* Syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menerapkan Etika Bisnis Islam pada kegiatan operasional bisnis MLM Syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku bisnis MLM Syariah khususnya yang beragama Islam apabila terdapat ketidaksesuaian praktik bisnis dengan etika bisnis dalam aturan Islam.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Pada penelitian ini, terdapat ruang lingkup dan batasan masalah yaitu, Penulis hanya akan meneliti implementasi etika bisnis pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh distributor Tiens Syariah dengan meninjau secara terbatas sistem bisnis yang diterapkan oleh Tiens Syariah