

**SKRIPSI**

**TINJAUAN FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP PEMBAGIAN  
BONUS PADA BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK  
TUPPERWARE(STUDI KASUS AGEN TUPPERWARE  
ANNISA SETIA PAREPARE)**



**OLEH :**

**ARIFAH ALIAH SALEH**

**NIM : 2020203874234027**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAEREPARE**

**2024**

**TINJAUAN FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP PEMBAGIAN  
BONUS PADA BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK  
TUPPERWARE(STUDI KASUS AGEN TUPPERWARE  
ANNISA SETIA PAREPARE)**



**OLEH:**

**ARIFAH ALIAH SALEH  
NIM: 2020203874234027**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)  
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum  
Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009  
Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi  
Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus  
Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)

Nama Mahasiswa : Arifah Aliah Saleh

Nim : 2020203874234027

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Nomor. 1686 Tahun 2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Fikri, S.Ag., M.H.I  
NIP : 19740110 200604 1 008

Pembimbing Pendamping : Abd. Karim Faiz, S.HI., M.S.I  
NIP : 19881029 201903 1 007

(.....)  
(.....)



Mengetahui:  
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dina R. Inawati, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19760901 200604 2 001

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009  
Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi  
Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus  
Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)

Nama Mahasiswa : Arifah Aliah Saleh

Nim : 2020203874234027

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Nomor. 1686 Tahun 2023

Tanggal Kelulusan : 25 Juli 2024

Disetujui Oleh:

Dr. Fikri, S.Ag., M.H.I

(Ketua)

(.....)

Abd. Karim Faiz, S.HI., M.S.I

(Sekretaris)

(.....)

Dr. Zainal Said, M.H

(Anggota)

(.....)

Dr. Aris, S.Ag., M.HI

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag

19760901 200604 2 001

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik, dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Nurjannah dan Ayahanda Saleh tercinta dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Fikri, S.Ag., M.H.I dan Bapak ABD. Karim Faiz, S.HI., M.S.I selaku dosen pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Rustam Magun Pikahulan, M.H. sebagai ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.

4. Dosen Penguji Penulis, Bapak Dr. Zainal Said, M.H. dan Bapak Dr. Aris, S.Ag., M.HI selaku penguji utama skripsi saya yang telah memberikan arahan dan bimbingan demi hasil penelitian yang lebih maksimal.
5. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Keluarga yang mendukung secara materil maupun moril yang senantiasa membersamai penulis dalam melakukan bimbingan skripsi.
7. Kepada teman seperjuangan Andi Sri Dewi, Nurul Hikmah, Nurhijrah, Sri Monika, Vira Aulia, Nabila Salsabila dan Kartika Rajid yang telah menemani sebagai tempat berbagi segala suka dan duka selama masa perkuliahan berlangsung.
8. Kepada sahabat saya, Anna Febrianna yang sangat membantu penulis dan memberikan semangat serta arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah berusaha bertahan dan berjuang sampai di titik ini, walaupun seringkali putus asa atas apa yang diusahakan, namun terima kasih tetap bertahan dan memutuskan untuk tidak menyerah.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

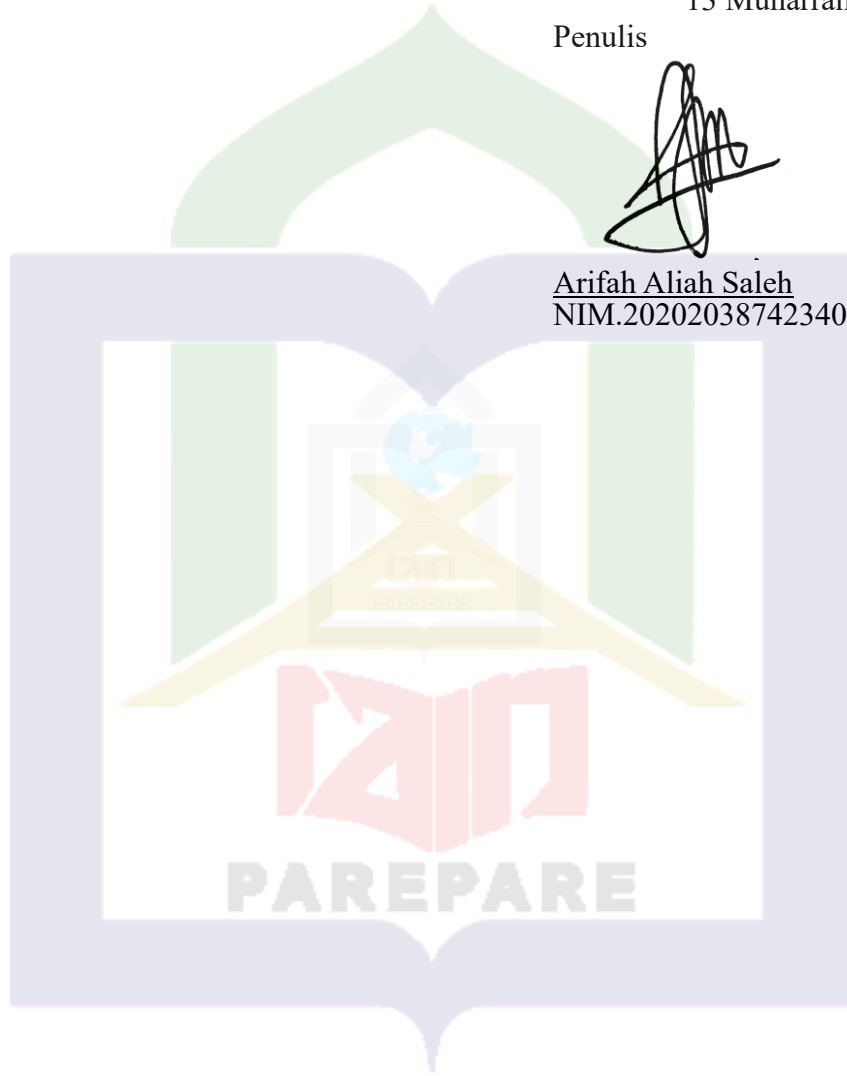
Parepare, 19 Juli 2024

13 Muharram 1446 H

Penulis



Arifah Aliah Saleh  
NIM.2020203874234027



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Arifah Aliah Saleh  
NIM : 2020203874234027  
Tempat/Tanggal Lahir : Parepare, 11 Maret 2002  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam  
Judul Skripsi : Tinjauan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009  
Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level  
Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus Agen  
Tupperware Annisa Setia Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 19 Juli 2024  
13 Muharram 1446 H  
Penulis



Arifah Aliah Saleh  
NIM.2020203874234027



## ABSTRAK

Arifah Aliah Saleh, *Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)*. (Dibimbing oleh Fikri dan ABD. Karim Faiz)

Penelitian skripsi ini membahas tentang tinjauan fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap pembagian bonus pada bisnis Multi Level Marketing produk Tupperware (Studi kasus Agen Tupperware Annisa Setia) Parepare. Penelitian ini terdiri dari 2 (dua) rumusan masalah, sebagai berikut; 1). Bagaimana sistem pembagian bonus pada bisnis multi level marketing produk tupperware di Kota Parepare? 2). Bagaimana analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik pembagian bonus yang diterapkan agen Tupperware Annisa Setia?. Tujuan Penelitian ini untuk memahami bagaimana pembagian bonus pada bisnis multi level marketing produk tupperware dan analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik pembagian bonus yang diterapkan agen Tupperware Annisa Setia.

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field research*) dengan sifat kualitatif deskriptif, dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan member agen Tupperware Annisa Setia dan data sekunder yaitu berupa literature seperti Al-Qur'an, hadist, buku yang menjadi acuan teori *ju'alah*, *gharar*, serta keadilan, dan media cetak online. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian di rumah beberapa member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare.

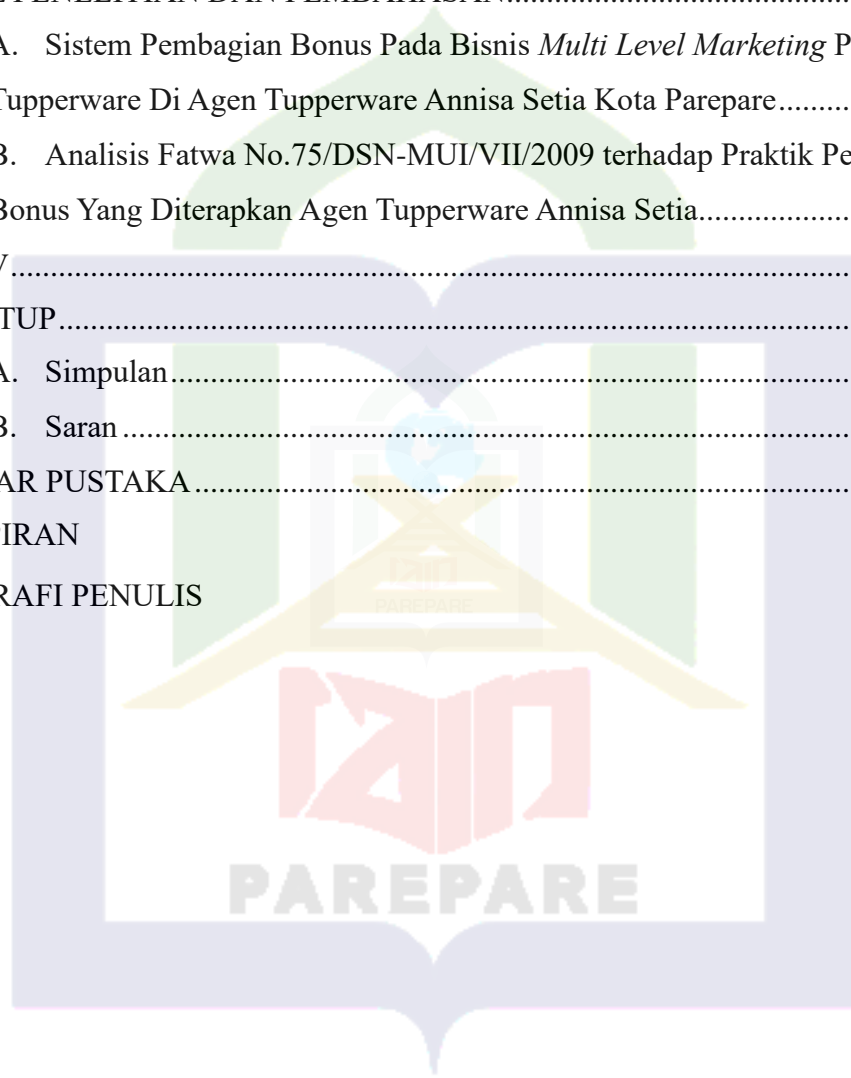
Hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa: 1. Praktik pembagian bonus ini telah memenuhi rukun akad *ju'alah*, yang meliputi kedua belah pihak yang berakad (Perusahaan Tupperware sebagai *ja'il* dan memernya sebagai *maj'ullah*), ucapan atau *sighat* (bentuk ijab kabul yang diucapkan dianalogikan dengan adanya kode etik yang dibuat perusahaan Tupperware), pekerjaan yang dijanjikan (penjualan dan perekrutan), dan upah atau *iwadh* (bonus yang dijanjikan). 2. Tiga dari empat poin pembagian bonus sesuai dengan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009, menunjukkan praktik yang sebagian besar memenuhi standar syariah. Poin-poin tersebut meliputi, pertama, bonus harus jelas; kedua, tidak ada bonus pasif tanpa melakukan pembinaan; ketiga, tidak menimbulkan *ighra*; dan keempat, tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Namun, ditemukan ketidaksesuaian pada poin bonus pasif yang melanggar ketentuan fatwa tersebut karena adanya praktik pembagian bonus tanpa kontribusi aktif dari anggota.

Kata Kunci: MLM, Fatwa, Bonus, Keadilan

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II .....	6
TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	6
B. Tinjauan Teori .....	9
C. Tinjauan Konseptual .....	33
D. Kerangka Pikir .....	35
BAB III .....	36
METODE PENELITIAN .....	36
A. Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
C. Fokus Penelitian .....	37

D. Jenis dan Sumber Data .....	37
E. Uji Keabsahan Data .....	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV .....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Sistem Pembagian Bonus Pada Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> Produk Tupperware Di Agen Tupperware Annisa Setia Kota Parepare.....	41
B. Analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Praktik Pembagian Bonus Yang Diterapkan Agen Tupperware Annisa Setia.....	52
BAB V .....	68
PENUTUP.....	68
A. Simpulan.....	69
B. Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	
BIOGRAFI PENULIS	



**DAFTAR GAMBAR**

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1	Bagan Kerangka Pikir	35
2	Bagan Jenjang Karir Tupperware	41
3	Ilustrasi Jenjang Karir Super Consultant	42
4	Ilustrasi Jenjang Karir 1 Star Manager	43
5	Ilustrasi Jenjang Karir 3 Star Manager	43
6	Ilustrasi Jenjang Karir 5 Star Manager	44
7	Perolehan Bonus Team Sales	49
8	Dokumentasi	Lampiran

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Surat Izin Meneliti dari Kampus
Lampiran 2	Surat Izin Meneliti Penelitian dari Kantor Dinas Penanaman Modal Satu Pintu Kota Parepare
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 4	Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009
Lampiran 5	Instrumen Penelitian
Lampiran 6	Surat Keterangan Wawancara
Lampiran 7	Dokumentasi
Lampiran 8	Biografi Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’)

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : kaifa

حَوْلًا : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ/أَيَّ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إَيَّ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتًا : māta



رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

الْجَنَّةُ رَوْضَةٌ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمَ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

- g. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dar Qur'an), Sunnah.

Namun bila kata-kata ini menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

- h. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilahi (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fī rahmmatillāh

- i. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang

(al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi Abū Zaid, Naṣr Hamīd (bukan: Zaid, Naṣr Hamīd Abū)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS./...: 4=	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “dan lain-lain” atau “ dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang membawa berkah bagi seluruh alam dan berfungsi sebagai panduan bagi semua manusia, terutama umat Muslim. Islam menawarkan pedoman yang jelas mengenai aspek keimanan, etika, ibadah, dan interaksi sosial. Konteks dalam muamalah, Islam mencakup hukum dan etika yang berhubungan dengan masalah ekonomi dan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Muamalah meliputi transaksi bisnis, perdagangan, pinjaman, investasi, hibah, wasiat, serta berbagai aspek lain dari interaksi ekonomi antara individu, kelompok, dan organisasi. Prinsip-prinsip bisnis dalam Islam harus sesuai dengan al-Qur'an, hadis, dan penafsiran hukum oleh para ulama. Bisnis selalu melibatkan hubungan dan kesepakatan antara individu atau kelompok yang berujung pada persetujuan bersama. Nabi Muhammad sangat mendorong umatnya untuk berbisnis, karena bisnis dianggap sebagai cara tercepat untuk mendapatkan rezeki. Ini terbukti dengan adanya berbagai ajaran yang menganjurkan berbisnis dengan cara yang benar.

Salah satu skema bisnis dalam pengembangan teknologi, informasi dan komunikasi adalah konsep penjualan langsung. Penjualan langsung adalah suatu konsep penjualan dengan cara memasarkan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen. Salah satu tipe dasar penjualan langsung adalah Multi Level Marketing (MLM).<sup>1</sup> Bisnis MLM bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan strategi MLM dalam operasionalnya. Dalam model bisnis MLM, produk atau jasa dijual melalui jaringan distributor independen yang mendapatkan komisi dari penjualan mereka sendiri serta dari penjualan yang dilakukan oleh anggota jaringan yang mereka rekrut. Secara umum, Multi Level Marketing adalah

---

<sup>1</sup> Safwan Safwan, "Multi Level Marketing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan* 3, no. 1 (2019): 94–115.

metode bisnis alternatif yang melibatkan pemasaran dan distribusi melalui berbagai tingkatan, sering disebut sebagai *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Seseorang disebut *upline* jika memiliki *downline*. Inti dari bisnis MLM adalah keberhasilan jaringan, baik vertikal maupun horizontal, atau kombinasi keduanya.<sup>2</sup>

Bisnis Multi Level Marketing (MLM) memicu pro dan kontra di kalangan ulama, sehingga Majelis Ulama Indonesia (MUI) menilai penting untuk memberikan kepastian hukum mengenai keabsahan bisnis MLM yang sedang populer ini. Pada tahun 2009, Dewan Syariah Nasional MUI (DSN MUI) mengeluarkan fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa tersebut menjelaskan konsep PLBS atau MLM syariah, mulai dari definisi hingga ketentuan yang membolehkannya. Namun, penerapan di lapangan tetap menjadi penentu utama. Secara umum, setiap jenis usaha pada dasarnya diperbolehkan selama tidak melanggar aturan syariat Islam.

Fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009 terdiri dari 4 poin khusus yang membahas pembagian bonus untuk pedoman penjualan langsung berjenjang syariah. Dijelaskan dalamnya bonus yang diberikan harus jelas jumlahnya sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan; tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa; pembagian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra* dan tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.<sup>3</sup>

Salah satu produk MLM yang terkenal di Indonesia adalah Tupperware, yang awalnya diperkenalkan oleh Earl Silas Tupper, seorang pebisnis kelahiran Amerika Selatan pada tahun 1907. Pada usia 21 tahun, Tupper bergabung dengan sebuah

---

<sup>2</sup> Sonia Resti Wulandari, "Efektivitas multi level marketing dalam memasarkan produk," *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi dan Perpustakaan* 5, no. 2 (2020).

<sup>3</sup> "Fatwa Nomor: 75/DSN-MUI/VII/2009" (n.d.).

perusahaan berbasis inovasi. Melalui berbagai penelitian, ia berhasil menemukan cara untuk memurnikan ampas biji hitam polyethylene, bahan dasar plastik, sehingga menjadi plastik yang fleksibel, kuat, tidak berminyak, bening, aman, ringan, dan tidak berbau. Produk pertama yang diluncurkan oleh Tupper adalah wadah penyimpanan makanan dengan merek Tupperware, yaitu Wonderlier Bowl dan Bell Tumbler.<sup>4</sup>

Produk plastik bermerek Tupper mulai dipasarkan pada tahun 1946 melalui toko-toko dan katalog. Penyebaran katalog dilakukan dari satu orang ke orang lainnya, sehingga masyarakat menjadi familiar dengan Tupperware, cara penggunaannya, dan manfaatnya. Selain melalui katalog, Tupperware juga dipromosikan melalui acara-acara di rumah, di mana produk-produk dibawa dan diperkenalkan secara langsung untuk menarik minat pembeli.<sup>5</sup>

Salah satu agen Tupperware di Kota Parepare, yang menjadi objek kajian telah menunjukkan trend positif sejak didirikan pada tahun 2014. Namun, seperti dalam banyak bisnis multi-level marketing (MLM), terdapat potensi ketidakadilan dalam pembagian bonus. Awalnya, agen ini dimulai dengan arisan Tupperware, acara promosi produk dari rumah ke rumah, dan strategi penjualan yang efektif. Meskipun demikian, tingkat kontribusi dan peran setiap anggota, terutama dalam struktur yang melibatkan seorang manajer dan dua konsultan, dapat menyebabkan disparitas dalam penerimaan bonus.

Seperti halnya perusahaan lain yang menggunakan sistem MLM, pembagian bonus sangat bergantung pada tingkat peringkat seorang anggota atau agen dalam memperluas jaringannya untuk memasarkan produk perusahaan. Namun, jika dibandingkan dengan sistem bonus dalam perspektif ekonomi Islam yang menekankan pada hak-hak pekerja, transparansi, kejelasan, dan keadilan, sistem bonus di agen Tupperware ini masih memerlukan perbaikan. Istilah "bonus

---

<sup>4</sup> "Tentang Kami," diakses 24 Februari 2024, <https://www.tupperware.co.id/tentang-kami>.

<sup>5</sup> Muhammad Luqman Wahid dan Ni'ami Mutimatun, "Analisis Bisnis Multilevel Marketing Perusahaan Herbalife Nutrition Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS" (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019).



kepemimpinan" dapat dianggap tidak adil karena insentif ini berasal dari persentase pencapaian target *downline*, sehingga membuka peluang bagi *upline* yang tidak melakukan pembinaan untuk tetap mendapatkan bonus kepemimpinan.

Faktor-faktor seperti perbedaan volume penjualan, kontribusi individu, dan peran dalam mengembangkan jaringan pemasaran dapat menyebabkan ketidakadilan dalam pembagian bonus. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembagian bonus dalam bisnis MLM Tupperware sangat penting untuk mencapai tujuan keadilan dan kesetaraan. Berdasarkan uraian latar belakang, kajian ini sangat urgen untuk ditindaklanjuti dengan judul "Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)".

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian, yaitu :

1. Bagaimana sistem pembagian bonus pada bisnis *multi level marketing* produk tupperware di Kota Parepare?
2. Bagaimana analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik pembagian bonus yang diterapkan agen Tupperware Annisa Setia?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis dapat menentukan tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk memahami bagaimana pembagian bonus pada bisnis *multi level marketing* produk tupperware.
2. Untuk memahami bagaimana analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik pembagian bonus yang diterapkan agen Tupperware Annisa Setia.

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

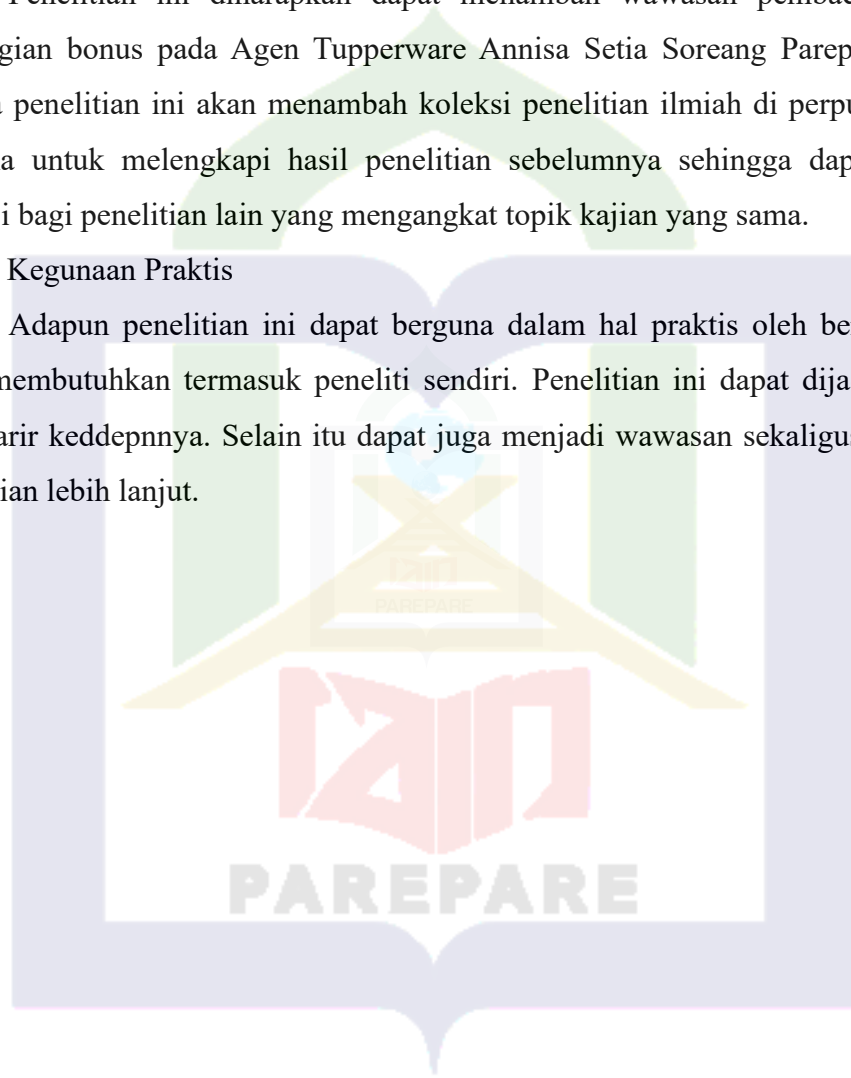
Adapun penelitian ini diharapkan berguna bagi diri sendiri, pembaca maupun pihak lain yang berkepentingan. Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut :

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai pembagian bonus pada Agen Tupperware Annisa Setia Soreang Parepare. Dengan adanya penelitian ini akan menambah koleksi penelitian ilmiah di perpustakaan dan berguna untuk melengkapi hasil penelitian sebelumnya sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian lain yang mengangkat topik kajian yang sama.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Adapun penelitian ini dapat berguna dalam hal praktis oleh berbagai pihak yang membutuhkan termasuk peneliti sendiri. Penelitian ini dapat dijadikan modal bagi karir kedepannya. Selain itu dapat juga menjadi wawasan sekaligus kunci pada penelitian lebih lanjut.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terdiri dari beberapa referensi. Referensi tersebut dijadikan bahan acuan yang berhubungan dengan skripsi yang ingin penulis teliti tentang “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware”. Adapun sumber rujukan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan skripsi yang akan diteliti yaitu :

Penelitian terdahulu ditulis oleh Andriani, dengan judul “Analisis Pembagian Bonus Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Produk Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) (Studi Kasus pada Business Center HPAI Mataram)” pada tahun 2020. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif (descriptive research). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah metode analisa deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pembagian bonus oleh perusahaan HPAI masih ada yang belum sesuai dengan prinsip syariah. Dimana seorang *upline* mendapatkan bonus kepangkatan dari poin group para *downlinenya* dan bonus dari generasi pangkat yang di dapatkan dari mitra yang di rekrut oleh para *downlienya*. pada bonus prestasi group seorang *upline* mendapatkan bonus dari poin group para *downlinenya* yang diamana sering terjadi adanya pasif income yang di dapatkan oleh sorang *upline* tanpa melakukan pembinaan kepada para *downlinenya*. Selain itu dalam bonus generasi pangkat peneliti merasa bahwa intensif yang di dapatkan oleh para *upline* juga belum maksimal, dilihat dari bonus yang di dapatkan oleh para *upline* menurut kedalaman generasi yang di perhitungkan yang masih dirasa belum adil antara jenjang karir para mitra yang satu dengan mitra yang lainnya.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Andriani Andriani, “Analisis pembagian bonus pada stem multi level marketing syariah produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI): studi kasus pada Business Center HPAI Mataram” (UIN Mataram, 2020).

Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian peneliti terletak pada subjek penelitian sebelumnya meneliti tentang “Pembagian Bonus Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Produk Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)” sedangkan penelitian peneliti akan dilakukan pada Multi Level Marketing Agen Tupperware Annisa Setia Soreang Parepare. Persamaan dari dua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pembagian bonus di perusahaan yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing*.

Perbedaan penelitian sebelumnya dan penelitian peneliti terletak pada subjek penelitian sebelumnya meneliti tentang “Pembagian Bonus Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Produk Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)” sedangkan penelitian peneliti akan dilakukan pada Multi Level Marketing Agen Tupperware Annisa Setia Soreang Parepare. Persamaan dari dua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pembagian bonus di perusahaan yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing*.

Penelitian kedua berjudul “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk Tupperware Di Agen Tupperware “Alfin Tuppy” Jombang” dengan penulis bernama Chafidoh Nuril. Jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deduktif yaitu pembahasan yang diawali dengan mengemukakan dalil-dalil, teori-teori atau ketentuan yang bersifat umum dan selanjutnya dikemukakan kenyataan yang bersifat khusus. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan pada produk Tupperware Di Agen Tupperware “Alfin Tuppy” Jombang dengan mengadakan kegiatan dan mengumpulkan dana untuk pembagian produk Tupperware telah sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 karena tidak mengandung unsur *garār*, *maysir*, *darar*, *zulm*, *maksiat*, *riba* serta tidak ada kenaikan harga atau biaya berlebihan (*excessive mark up*) yang dapat merugikan konsumen, kemudian dalam

akad sistem Star Chart juga sesuai dengan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 karena dalam praktiknya selama igra<sup>7</sup> (iming-iming) digunakan sebagai motivasi, tidak menimbulkan dampak negatif dan tidak melupakan tujuan asasi untuk dekat kepada Allah maka diperbolehkan.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu diatas dan penelitian peneliti terletak pada segi pembahasan dimana penelitian sebelumnya fokus membahas tentang strategi penjualan pada produk Tupperware dengan sistem starchart sedangkan pembahasan yang akan dilakukan peneliti yaitu khusus tentang pembagian bonus pada karyawan Agen Tupperware. Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti terletak pada sumber pembahasan yang berpatokan pada Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009.

Penelitian ketiga merupakan penelitian yang dilakukan oleh Azifatul Azizah yang berjudul “Tinjauan Fatwa Dsn Mui Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame” pada tahun 2021. Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (*Field Reasearch*) yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui interview (wawancara). Setelah data diperoleh akan dianalisa dengan teori Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Penelitian ini berlokasi di Ngawi pada salah satu member Oriflame. Hasil penelitian ini (1) Pemasaran Bisnis Oriflame berkaitan dengan fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS ketentuan hukum , belum sepenuhnya sesuai, sebab tindakan member ini termasuk melakukan dzulm yang memiliki arti ketidakadilan(2)sistem hangus poin pada bisnis Oriflame tidak sesuai dengan dengan ketentuan Fatwa DSN MUI, sebab sistem hangus bisnis Oriflame termasuk bentuk eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus

---

<sup>7</sup> Chafidoh Nuril, “Tinjauan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk Tupperware Di Agen" Alfin Tuppy" Jombang” (IAIN Ponorogo, 2020).

antara anggota yang dapat memenuhi target dan anggota yang belum memenuhi target.<sup>8</sup>

Perbedaan penelitian sebelumnya dan peneliti terletak pada subjek penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan Oriflame sebagai subjek penelitian mereka sedangkan peneliti menggunakan Tupperware sebagai subjek penelitiannya. Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang sama-sama membahas tentang pembagian bonus. Persamaan lainnya yaitu kedua penelitian sama-sama berpatokan pada sumber yang sama yaitu DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Teori *Ju'alah* (Bonus)**

Secara etimologi, *Ju'alah* merujuk pada pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang dilakukan, baik berupa kata-kata atau tindakan. Dalam terminologi, *al-ju'alah* adalah suatu bentuk tanggung jawab yang melibatkan janji pemberian imbalan tertentu secara sukarela kepada seseorang yang berhasil melakukan suatu tindakan atau memberikan jasa yang hasilnya belum pasti sesuai harapan, terlepas dari apakah pelakunya sudah ditentukan atau belum.<sup>9</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari, para *fuqaha* memahami istilah *ju'alah* sebagai pembayaran upah kepada seseorang yang menemukan barang yang hilang, mengobati orang sakit, atau yang memenangkan sebuah kompetisi. Oleh karena itu, *ju'alah* tidak terbatas pada pencarian barang yang hilang, tetapi mencakup setiap pekerjaan yang menguntungkan orang lain.<sup>10</sup>

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ju'alah* adalah perjanjian di mana pihak pertama memberikan imbalan kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau layanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak

---

<sup>8</sup> Azifatul Azifah, "Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame" (IAIN Ponorogo, 2021).

<sup>9</sup> Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: Rajawali Pers, 2021). h.221

<sup>10</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Munakahat* (Kencana, 2019), h. 70

pertama.<sup>11</sup>

#### a. Dasar Hukum *Ju'alah*

Para ulama memiliki pandangan yang berbeda mengenai apakah *ju'alah* dilarang atau diperbolehkan, dengan beberapa di antaranya ada:

1. Malik berpendapat bahwa *ju'alah* diperbolehkan dalam kasus-kasus yang ringan dengan dua syarat: pertama, tidak menetapkan batas waktu, dan kedua, jumlah upahnya harus jelas.
2. Abu Hanifah berpendapat bahwa *ju'alah* tidak diperbolehkan. Ulama yang melarang *ju'alah* berargumen bahwa risiko yang terkait dengannya serupa dengan risiko dalam kontrak sewa lainnya.
3. Syafi'i memiliki dua pendapat (diatas).<sup>12</sup>

Dalil yang dijadikan landasan hukum ulama yang membolehkan akad *ju'alah* adalah firman Allah swt QS Yusuf (12): 72

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Terjemahan :

“Mereka menjawab, “Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu.”<sup>13</sup>

Para ulama sepakat bahwa *ju'alah* diperbolehkan, karena sangat dibutuhkan dalam situasi seperti mengembalikan hewan yang hilang atau menyelesaikan pekerjaan yang tidak dapat dilakukan sendiri dan tidak ada orang yang bersedia membantu secara sukarela. Pekerjaan tidak dapat diselesaikan melalui akad ijarah karena ketidakjelasan dalam hal batasan pekerjaan, waktu, dan aspek lainnya. Oleh

<sup>11</sup> Mardani, *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah* (Prenada Media, 2015).h.314

<sup>12</sup> Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid: Analisa Fiqih Para Mujtahid*, 2007. h.466

<sup>13</sup> Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019).

karena itu, *ju'alah* diizinkan, mirip dengan akad sewa dan bagi hasil. Dalam hadis Nabi juga dijelaskan hal tersebut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَتَوْا عَلَى حَيٍّ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَقْرُوهُمْ فَبَيْنَمَا هُمْ كَذَلِكَ إِذْ لُدَّ سَيْدٌ أَوْلَيْكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا إِنَّكُمْ لَمْ تَقْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعْلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمِّ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بُرَاقَهُ وَيَتَنَفَّلُ فَبَرَأَ فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا لَا نَأْخُذُهُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَةٌ خُذُوهَا وَاضْرِبُوا لِي بِسَهْمٍ (رواه البخاري)

Artinya:

“Dari Abu Said al-khudri r.a sesungguhnya sekelompok sahabat Nabi Saw. melintasi salah satu kampung orang Arab. Penduduk kampung tersebut tidak menghidangkan makanan kepada mereka. Ketika itu, kepala kampung di sengat kalajengking. Mereka lalu bertanya pada para sahabat apakah kalian mempunyai obat, atau adakah yang dapat meruqyah? Para sahabat menjawab: “Kalian tidak menjamu kami; kami tidak mau mengobati kecuali kalian memberi imbalan kepada kami.” Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang sahabat membacakan surat al-fatihah dan menggumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut; ia pun sembuh. Mereka kemudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, “Kita tidak boleh mengambil kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi Saw.” Selanjutnya mereka bertanya kepada beliau. Beliau tertawa dan bersabda, “Tahukah anda sekalian, bahwa itu adalah ruqyah. Ambillah kambing itu dan berilah saya bagian”.

Akad *jualah*, yang merupakan kontrak untuk memberikan imbalan kepada seseorang setelah menyelesaikan suatu tugas, memiliki dasar yang kuat dalam fiqh muamalah. Beberapa kaidah fiqh muamalah yang berhubungan dengan akad *ju'alah*, yaitu :

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم



Artinya:

“Hukum asal dari seala sesuatu adalah boleh sehingga ada dalil yang mengharamkannya.”<sup>14</sup>

الأصل في العقد رضى المتعاقدين ونتيجته ما إلتزمأه بالتعاقد

Artinya:

“Pada dasarnya pada akad adalah keridhaan kedua belah pihak yang mengadakan akad hasilnya apa yang salingdi iltizamkan oleh perakadan itu.”<sup>15</sup>

#### b. Rukun dan Syarat *Ju'alah*

Rukun *ju'alah* ada empat yaitu, kedua belah pihak yang melakukan akad (*aqidain*), ucapan (*shighat*), pekerjaan, upah (*iwadh*)<sup>16</sup>. Adapun syarat *ju'alah* adalah:

- 1) Kedua pihak yang terlibat dalam perjanjian harus memenuhi ketentuan syarat:
  - a) Pihak penyelenggara memiliki kebebasan untuk mengalokasikan harta benda. Oleh karena itu, tidak sah jika orang yang termasuk dalam golongan anak kecil, orang yang tidak berfikiran jernih, atau orang yang memiliki keterbatasan dalam mengelola harta melakukan pengalokasian harta tersebut.
  - b) Inisiatif untuk menyelenggarakan sayembara berasal dari pihak penyelenggara, dan tidak dipengaruhi oleh unsur paksaan.
  - c) Para peserta sayembara diberitahukan mengenai adanya sayembara tersebut.
  - d) Peserta sayembara yang ditetapkan harus memenuhi syarat sebagai

<sup>14</sup> Fathurrahma Azhari, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah* (Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU) B, 2015). h.135

<sup>15</sup> Azhari. h. 177

<sup>16</sup> Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*. h.222

individu yang mampu untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut.

2) Ucapan dengan syarat:

Adanya kejelasan lafadz *ja'il* (pemilik sayembara) yang menunjukkan suatu pekerjaan yang akan diberi imbalan, upah, hadiah (reward). Imbalan dalam *ju'alah* harus jelas dan mudah dipahami. Seperti contoh barang siapa yang menemukan motor saya dalam keadaan utuh, saya akan beri imbalan uang Rp 1.000.000. Madzab Maliki, Syafi'i dan Hambali berpendapat, bahwa agar perbuatan hukum yang dilakukan dalam bentuk *ju'alah* itu dipandang sah, harus ada ucapan (sighat) dari pihak yang menjanjikan upah atau hadiah, yang isinya mengandung izin bagi orang lain untuk melaksanakan perbuatan yang di harapkan dan jumlah upah yang jelas tidak seperti iklan dalam surat kabar yang biasanya tidak menyebutkan imbalan secara pasti.<sup>17</sup>

3) Pekerjaan

*Pertama*, pekerjaan yang ditawarkan harus memiliki tingkat kesulitan atau beban tertentu. Artinya, tidak ada upah bagi pekerjaan yang tidak memerlukan usaha atau kesulitan. Sebagai contoh, jika seseorang mengatakan, "Siapa yang menunjukkan harta saya, maka dia mendapat upah sekian," lalu ada orang yang menunjukkan harta tersebut yang ternyata ada di tangan orang lain tanpa usaha berarti, maka orang yang menunjukkan harta tersebut tidak berhak mendapatkan upah. Hal ini karena pekerjaan tersebut tidak melibatkan kesulitan atau usaha yang signifikan.

*Kedua* Pekerjaan yang ditawarkan dalam akad *ju'alah* harus bukan merupakan kewajiban syar'i bagi si pekerja. Jika pekerjaan tersebut adalah kewajiban syar'i, maka pekerja tidak berhak mendapatkan upah. Misalnya, jika seseorang mengatakan, "Siapa yang mengembalikan harta saya, maka dia mendapat upah sekian," dan harta tersebut dikembalikan oleh seseorang yang memang wajib mengembalikannya (misalnya seorang perampas), maka orang

<sup>17</sup> Pudjiraharjo dan Nur Faizin, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press, 2019). h.120

tersebut tidak berhak atas upah yang telah dijanjikan. Hal ini karena mengembalikan harta yang dirampas adalah kewajiban syar'i bagi perampas tersebut, dan kewajiban syar'i tidak diupah.

*Ketiga*, Pekerja harus menyerahkan barang yang dikembalikan kepada pemiliknya untuk memenuhi syarat mendapatkan upah. Jika barang tersebut rusak sebelum diserahkan kepada pemiliknya, meskipun sudah masuk ke rumah pemilik, maka pekerja tidak berhak atas upah atau ganti rugi. Penyerahan barang secara utuh dan tidak rusak kepada pemilik adalah syarat penting dalam akad *ju'alah* agar pekerja berhak menerima upah.<sup>18</sup>

4) Upah (*iwadh*)

Upah dalam *ju'alah* harus memenuhi syarat sebagai berikut: *Pertama*, upah yang dijanjikan harus berbentuk sesuatu yang memiliki nilai materi dan dalam jumlah yang jelas. Jika barang tersebut berupa barang yang diharamkan, maka perjanjian *ju'alah* tersebut dianggap batal. *Kedua*, bayaran itu haruslah diketahui dan dimengerti dengan jelas. *Ketiga*, upah tidak boleh diwajibkan untuk diberikan di muka (sebelum pelaksanaan *ju'alah*).

Mayoritas ulama tidak menetapkan batasan waktu yang baku. Ulama dari mazhab Hanafi tidak mengatur waktu awal perjanjian, sementara ulama dari mazhab Syafi'i mengharuskan penentuan waktu. Hal ini karena ketidakjelasan waktu dapat mengakibatkan ketidakpastian terkait dengan waktu awal yang harus dipenuhi. Ketentuan syariah mengenai sayembara adalah sebagai berikut:

- a) Pihak yang membuat sayembara : cakap hukum, baligh, berakal.
- b) Objek yang dikerjakan harus mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan sesuai syari`ah.
- c) Hadiah yang diberikan harus sesuatu yang bernilai (harta) dan

---

<sup>18</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam* (Amzah, 2022), h.15

jumlahnya harus jelas.

d) Sah dengan ijab saja tanpa adanya qobul.<sup>19</sup>

**c. Hikmah *Ju'alah***

*Ju'alah* merujuk pada pemberian penghargaan kepada individu dalam bentuk materi sebagai pengakuan atas kerja keras dan bantuan yang diberikan dalam mengembalikan barang berharga, memulihkan kesehatan, atau membantu seseorang dalam menghafal Al-Qur'an. Hikmah-hikmah yang terkandung dalam praktik *ju'alah* meliputi :

- 1) Meningkatkan ikatan persaudaraan dan persahabatan diantara individu.
- 2) Mendorong terciptanya sikap saling menghargai, yang pada akhirnya memunculkan komunitas yang saling mendukung dan bekerja sama
- 3) Memupuk semangat kerja dan dedikasi dalam menjalankan tugas. Dalam konteks *ju'alah* sebagai tindakan baik, ajaran Islam menekankan bahwa Allah menjanjikan pahala berupa surga bagi mereka yang mematuhi perintah-Nya, dan bahwa seseorang akan diberi balasan atas pekerjaan baik yang telah dilakukannya. Allah berfirman dalam surat al-Zalzalah ayat 7:<sup>20</sup>

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Terjemahnya :

“Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya.”

**2. Teori Gharar**

Secara etimologis, arti kata *gharar* berkisar pada risiko (*khathar*), ketidaktahuan (*jahl*), kekurangan (*nuqsan*) dan/atau sesuatu yang mudah rusak (*ta'arrudh lil halakah*). Kata *gharar* berarti hayalan atau penipuan, tetapi juga

<sup>19</sup> Sri Nurhayati, *Akuntansi Syariah di Indonesia, edisi 5* (Penerbit Salemba, 2023). h. 277

<sup>20</sup> Kemenag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.

berarti risiko dalam keuangan biasanya diterjemahkan tidak menentu, spekulasi atau risiko. Keuntungan yang terjadi disebabkan kesempatan dengan penyebab tak dapat ditentukan adalah dilarang, Karena mengandung risiko yang terlampau besar dan tidak pasti. Secara bahasa *gharar* dimaknai sebagai *al-khatr* dan *al-taghrir* yang berarti suatu penampilan yang menimbulkan kerusakan, atau sesuatu yang tampaknya menyenangkan, namun dalam realitasnya justru memunculkan kebencian. *Gharar* terjadi karena seseorang sama sekali tidak dapat mengetahui kemungkinan kejadian sesuatu sehingga bersifat perjudian atau *game of chance*. Setiap jenis kontrak yang bersifat *open-ended* mengandung unsur *gharar*. Menurut Imam Ibnu Taimiyah, *gharar* adalah konsekuensi yang tidak diketahui (*the unknown consequences*).<sup>21</sup>

Zamir Iqbal & Abbas Mirrakhor mendefinisikan *gharar* “*Any uncertainty or ambiguity created by the lack of information or control in a contract*”. Transaksi yang merefleksikan unsur *gharar* dipandang sebagai transaksi yang tidak benar, dan karenanya, “haram” untuk dilaksanakan. Ketidakpastian yang inheren dalam transaksi *gharar* akan menyentuh kemungkinan “untung” atau “rugi”, “tidak untung dan tidak rugi”, bahkan hanya “untung bagi satu pihak” dan “rugi bagi pihak lain”<sup>22</sup>. Terdapat beberapa pendapat para ulama mengenai *gharar*, seperti:

Sedangkan secara istilah, para ulama berbeda pendapat mengenai arti *gharar*. Diantaranya:<sup>23</sup>

1. Menurut pendapat Ibnu Taimiyah, “*Gharar* adalah ketidakjelasan mengenai konsekuensi suatu hal.”
2. Abu Ya’la menggambarkan *gharar* sebagai keadaan di mana terdapat

<sup>21</sup> Syaikh, Ariyadi, dan Norwili, *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020). h.90

<sup>22</sup> Sirajul Arifin, “Gharar dan risiko dalam transaksi keuangan,” *TSAQAFAH* 6, no. 2 (2010): 224–312.

<sup>23</sup> Evan Hamzah Muchtar, *Muamalah Terlarang : Maysir Dan Gharar, Asy-Syukriyyah* 18 (2017): 82–100,

ketidakpastian antara dua pilihan, di mana salah satu pilihannya tidak terlihat lebih jelas.

3. Al-Jurjani menyatakan bahwa *gharar* adalah ketidakjelasan mengenai hasil suatu hal, apakah akan terwujud atau tidak.
4. Imam as-Sarakhsi, dari mazhab Hanafi, menyatakan *gharar* bahwa *gharar* adalah sesuatu yang tersembunyi dampaknya.
5. Imam al-Qarafi, dari mazhab Maliki, menyatakan bahwa *gharar* adalah sesuatu yang tidak diketahui apakah akan terjadi atau tidak.
6. Imam Shirazi, dari mazhab Syafi'i, menjelaskan bahwa *gharar* adalah ketidakpastian mengenai urusan suatu hal dan konsekuensinya tersembunyi.
7. Ibnu Qayyim menyatakan bahwa *gharar* adalah ketidakpastian mengenai penerimaan suatu hal, baik itu barang yang ada atau tidak, seperti menjual kuda liar yang mungkin tidak dapat ditangkap meskipun kuda tersebut nyata dan terlihat.
8. Ibnu Hazm mendefinisikan *gharar* sebagai kondisi di mana pembeli tidak mengetahui barang apa yang dibelinya atau penjual tidak mengetahui barang apa yang dijualnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, *gharar* dapat didefinisikan sebagai segala jenis transaksi jual beli yang melibatkan ketidakjelasan, perjudian, atau pertaruhan. Semua ini menyebabkan ketidakpastian terkait dengan hak dan kewajiban yang terkait dengan transaksi atau jual beli tersebut.

#### a. Dasar Hukum *Gharar*

Adapun dalil-dalilnya dalam Firman Allah:

##### 1. Al-Quran

###### a) Surah Al-Baqarah (1): 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ  
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ء

Terjemahan :

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

b) Surah Al-Maidah (5) : 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِّنْ  
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.”

c) Surah an-Nisa (4) : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن  
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

## 2. Hadis

Diriwayatkan dari oleh At-Tirmidzi dari Abu Kuraib hingga Abu Hurairah dan Nabi saw. menegaskan bahwa hadis yang melalui sahabat Abu Hurairah adalah hadis Hasan Shahih.

حَدَّثَنَا أَبُو كُرَيْبٍ قَالَ: حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ، عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍ، عَنْ أَبِي الزِّنَادِ، عَنْ الْأَعْرَجِ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: «نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ، وَبَيْعِ الْحَصَاةِ» وَفِي الْبَابِ عَنْ ابْنِ عَمْرٍ، وَابْنِ عَبَّاسٍ، وَأَبِي سَعِيدٍ، وَأَنْسٍ: “ حَدِيثُ أَبِي هُرَيْرَةَ حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ، وَالْعَمَلُ عَلَى هَذَا الْحَدِيثِ عِنْدَ أَهْلِ الْعِلْمِ: كَرَهُوا بَيْعَ الْغَرَرِ “ قَالَ الشَّافِعِيُّ: «وَمِنْ بُيُوعِ الْغَرَرِ بَيْعُ السَّمَكِ فِي الْمَاءِ، وَبَيْعُ الْعَبْدِ الْأَبْقَى، وَبَيْعُ الطَّيْرِ فِي السَّمَاءِ، وَنَحْوُ ذَلِكَ مِنَ الْبُيُوعِ» وَمَعْنَى بَيْعِ الْحَصَاةِ: «أَنْ يَقُولَ الْبَائِعُ لِلْمُشْتَرِي إِذَا تَبَدُّثَ إِلَيْكَ بِالْحَصَاةِ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ فِيمَا بَيْنِي وَبَيْنَكَ، وَهَذَا شَبِيهٌ بِبَيْعِ الْمُتَابَدَةِ، وَكَانَ هَذَا مِنْ بُيُوعِ أَهْلِ الْجَاهِلِيَّةِ»<sup>112</sup>

Artinya:

“Mengabarkan kepada kami (ati-Tirmidzi) oleh Abu Kuraib yang mengatakan bahwa telah mengabarkan kepada kami Abu Usamah dari Ubaidillah bin Umar, dari Abi az- Zinad dari al-A’raj, dari Abu Hurairah (yang) berkata: Rasulullah Saw., melarang jual beli (secara) gharar (tipu daya). Dalam bab ini, juga diriwayatkan oleh Abdullah bin Umar, Abdullah bin Abbas, dan Abi Said, dan Anas. Untuk hadis yang diriwayatkan dari Abu Hurairah kualitas hadisnya hasan shahih. Dan pengamalan atas hadis tersebut menurut ahli al-ilmu adalah mereka membenci jual beli (yang) mengandung tipu daya. Berkata Imam as-Syafii: yang termasuk dalam kategori jual beli yang mengandung tipu daya adalah: 1) jual beli ikan dalam kolam, 2) jual beli budak yang melarikan diri, 3) jual beli burung di alam bebas, dan sejenisnya. Sedangkan makna dari jual beli al-Hashah adalah sebagaimana Penjual berkata kepada pembeli: Apabila aku melempar kerikil kepadamu dan kena, maka wajib olehmu membeli apa yang ada di antara aku dan kamu. Dan ini, mirip dengan jual beli al-mubabadzah, dan jual beli tersebut adalah teknik jual beli orang-orang jahiliyah.”

Oleh karena itu, hukum *gharar* dilarang karena mengandung unsur penipuan yang dapat menyebabkan kerugian.

## b. Klasifikasi *Gharar*

Dalam kitab *al-Furuq*, gharar dapat diklasifikasi menjadi tiga, yakni:<sup>24</sup>

<sup>24</sup> Muh Fudhail Rahman, “Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar Dalam Transaksi Maliyah,” *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 5, no. 3 (2018): 255–78.



1) *Gharar katsir* (excessive gharar)

Jenis pertama adalah ketidakjelasan yang tingkatnya paling tinggi, di mana kadar ketidakjelasan sangat signifikan. Sebagai contoh, transaksi penjualan ikan yang masih berada dalam kolam karena belum dapat dinilai secara jelas mengenai kualitas dan kuantitasnya, sehingga mungkin terjadi kesalahan dalam penaksiran. Transaksi seperti ini jelas-jelas dilarang dan dianggap haram secara hukum.

2) *Gharar qalil* (negligible)

Jenis berikutnya adalah ketidakjelasan di mana tingkat ketidakjelasan hanya sedikit sehingga masih dapat diterima oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi. Contohnya, jual beli batu baterai yang ketahanannya tidak dapat dipastikan dengan pasti, penjualan rumah tanpa pembeli melihat langsung pondasinya, persewaan rumah per bulan walaupun jumlah hari dalam sebulan berbeda-beda, dan sebagainya. Jenis transaksi ini mengandung gharar qalil atau disebut juga slight gharar yang dapat diterima menurut para ulama.

3) *Gharar mutawassit* (pertengahan)

Jenis ketidakjelasan yang berada di antara dua jenis gharar di atas, terkadang dapat diklasifikasikan sebagai gharar yang sedikit atau banyak tergantung pada kasusnya. Contohnya, penjualan benda yang tersembunyi di dalam tanah, penjualan barang secara lump sum, pembayaran barang oleh pembeli sebelum barang diserahkan, jual beli barang tanpa barang tersebut hadir, dan lain-lain.

**c. Bentuk *Gharar* yang dilarang**

Ditinjau dari isi kandungannya, bentuk-bentuk transaksi gharar terbagi menjadi tiga bagian<sup>25</sup>, sebagai berikut:

1) Jual beli barang yang belum ada (*ma'dum*)

---

<sup>25</sup> Hariman Surya Sinegar dan Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah : Teori dan Implementasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). h.109

Ketidakmampuan penjual untuk menyerahkan objek akad pada saat transaksi, baik objek tersebut sudah ada maupun belum (*bai' al-ma'dum*), contohnya menjual janin yang masih di dalam perut hewan ternak tanpa menjual induknya, atau menjual janin dari janin hewan yang belum lahir seperti yang dilakukan oleh orang Arab pada zaman Jahiliyah.

- 2) Jual beli barang yang tidak jelas (*Majhul*)
  - a. Menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual. Jika suatu barang belum diserahterimakan pada saat jual beli, maka barang tersebut tidak dapat dijual kepada orang lain. Jika barang belum diterima oleh pembeli, tidak boleh dilakukan kesepakatan jual beli lagi, karena wujud barang tersebut belum jelas, baik kriteria, bentuk, maupun sifatnya.
  - b. Tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual.
  - c. Tidak adanya kepastian tentang waktu penyerahan objek akad, misalnya setelah wafatnya seseorang. Jual beli seperti ini termasuk gharar karena objek akad dipandang belum ada. Namun, jika dibatasi oleh waktu yang tegas, misalnya penyerahan barang tersebut akan dilakukan pada bulan atau tahun depan, maka akad jual beli tersebut sah.
  - d. Tidak adanya kepastian objek akad, yaitu adanya dua objek akad yang berbeda dalam satu transaksi. Misalnya, salah satu dari dua potong pakaian yang berbeda mutunya dijual dengan harga yang sama. Salah satu pakaian tersebut harus dibeli tanpa ditentukan terlebih dahulu pakaian mana yang menjadi objek akad.
  - e. Kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi. Misalnya, menjual seekor kuda pacuan yang sedang sakit. Jual beli ini termasuk gharar karena di dalamnya terkandung unsur spekulasi bagi penjual dan pembeli, sehingga disamakan dengan jual beli dengan cara undian.
- 3) Jual beli barang yang tidak mampu diserahterimakan.

- a. Tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual.
- b. Tidak adanya kepastian tentang jumlah harga yang harus dibayar. Misalnya, penjual berkata: "Saya jual beras kepada anda sesuai dengan harga yang berlaku pada hari ini." Ketidakpastian dalam jual beli ini merupakan 'ilat dari larangan melakukan jual beli terhadap buah-buahan yang belum layak dikonsumsi.
- c. Tidak adanya ketegasan bentuk transaksi, yaitu adanya dua macam atau lebih transaksi yang berbeda dalam satu objek akad tanpa menegaskan bentuk transaksi mana yang dipilih sewaktu terjadinya akad. Misalnya, sebuah arloji dijual dengan harga 100 ribu rupiah jika dibayar tunai dan 125 ribu rupiah jika kredit, namun ketika akad berlangsung tidak ditegaskan bentuk transaksi yang dipilih.
- d. Adanya keterpaksaan, antara lain berbentuk: (a) Jual beli lempar batu (*bai' al-hasa*), yaitu seseorang melemparkan batu pada sejumlah barang dan barang yang dikenai batu tersebut wajib dibelinya. (b) Jual beli saling melempar (*bai' al-munabazah*), yaitu seseorang melemparkan bajunya kepada orang lain dan jika orang yang dilempar itu juga melemparkan baju kepadanya maka antara keduanya wajib terjadi jual beli, meskipun pembeli tidak tahu kualitas barang yang akan dibelinya. (c) Jual beli dengan cara menyentuh suatu barang maka barang itu wajib dibelinya, meskipun ia belum mengetahui .

#### **d. Tujuan (*Maqashid*) Pelarangan *Gharar***

Menurut ahli fiqih, *gharar* adalah karakteristik dalam transaksi yang menyebabkan ketidakpastian pada beberapa aspek pentingnya (*mastur al-.,aqibah*). *Maqashid*, di sisi lain, mengacu pada tujuan atau maksud yang ingin dicapai. Larangan terhadap *Gharar (Maqashid)* dapat diartikan sebagai upaya untuk mencegah terjadinya kerugian bagi kedua belah pihak, baik pembeli maupun penjual, yang mungkin mengakibatkan konflik dan ketegangan antara keduanya. Meskipun pembeli

berharap untuk mendapatkan barang dengan kualitas dan kuantitas yang diinginkan, penjual juga berusaha untuk memperoleh keuntungan dari transaksi jual beli tersebut.

### 3. Teori Keadilan

Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori keadilan (equity theory). Istilah keadilan (iustitia) berasal dari kata “adil” yang berarti tidak berat sebelah, tidak memihak berpikah kepada yang benar, sepatutnya, tidak sewenang-wenang. Menurut Aristoteles keadilan adalah keadilan tercermin dalam tindakan seseorang yang memperlakukan dirinya sendiri dan orang lain secara sama, dengan dasar pertimbangan rasional yang tidak mengakibatkan kerugian atau kelayakan dalam tindakan manusia.<sup>26</sup> Kelayakan diartikan sebagai titik tengah diantar kedua ujung ekstrem yang terlalu banyak dan terlalu sedikit. Kedua ujung ekstrem itu menyangkut benda atau dua orang. Bila kedua orang tersebut mempunyai kesamaan dalam ukuran yang telah ditetapkan, maka masing-masing orang akan menerima bagian yang tidak sama, sedangkan pelanggaran terhadap proposi tersebut berarti ketidakadilan. Pembagian keadilan menurut Aristoteles yaitu :

- a. Keadilan kumulatif adalah perlakuan terhadap seseorang yang tidak melihat jasa yang dilakukannya, yakni setiap orang mendapatkan haknya.
- b. Keadilan distributif adalah perlakuan terhadap seseorang sesuai dengan jasa yang telah dibuat, yakni setiap orang mendapatkan kepastian dengan potensi masing-masing.
- c. Keadilan findikatif adalah perlakuan terhadap seseorang sesuai dengan kelakuannya, yakni sebagai balasan kejahatan yang dilakukannya.

Teori keadilan menjelaskan bahwa kepuasan seseorang tergantung ia merasakan ada tidak keadilan (uniquity) atau ada keadilan (Uquity) atas suatu situasi yang dialaminya. Menurut teori ini, seseorang akan membandingkan rasio input-hasil dirinya dengan rasio input-hasil-orang bandingan. Jika perbandingan itu dianggap

---

<sup>26</sup> Hafidz Taqiyuddin, “Konsep Islam Tentang Keadilan,” *Aqlania: Jurnal Filsafat Dan Teologi Islam* 10, no. 2 (2019): 157–70.

sudah cukup adil, maka ia akan merasakan kepuasan. Namun jika perbandingan itu tidak adil dan merugikan (kompensasi kurang), maka akan timbul ketidakpuasan dan menjadi motif tindakan bagi seseorang untuk menegakan keadilan.<sup>27</sup>

Teori keadilan (equity theory) gagasan bahwa orang akan bahagia dengan hubungan yang dijalanannya bila pengalaman rewards dan costs dan kontribusi antara dua belah pihak diperkirakan seimbang. Teori ekuitas muncul karena beberapa penelitian mengeritik teori pertukaran sosial yang mengabaikan pentingnya keadilan atau keseimbangan dalam hubungan. Para pendukung teori ini berpendapat orang tidak sekedar berusaha mendapatkan rewards sebanyakbanyaknya dan mengurangi costs, melainkan juga peduli mengenai keseimbangan dalam hubungan yaitu rewards dan costs yang mereka alami dan kontribusi apa, dan merasa dimanfaatkan ketika ia merasa memberi lebih dari pada yang mereka dapatkan dari hubungan itu.<sup>28</sup>

Teori keadilan dari Adam menunjukkan bagaimana upah dapat memotivasi. Individu dalam dunia kerja akan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain. Apabila terdapat ketidakwajaran akan mempengaruhi tingkat usahanya untuk bekerja dengan baik. Ia membuat perbandingan sosial dengan orang lain dalam pekerjaan yang dapat menyebabkan mereka merasa dibayar wajar atau tidak wajar. Perasaan ketidakadilan mengakibatkan perubahan kinerja. Menurut Adam, bahwa keadaan tegangan negatif akan memberikan motivasi untuk melakukan sesuatu dalam mengoreksinya. Teori keadilan mempunyai empat asumsi dasar sebagai berikut:

1. Orang berusaha menciptakan dan mempertahankan suatu kondisi keadilan
2. Jika dirasakan adanya kondisi ketidakadilan, kondisi ini menimbulkan ketegangan yang memotivasi orang untuk menguranginya atau menghilangkannya.

---

<sup>27</sup> Irwati, Anik, dan Sandra, "Pengaruh Stres Kerja, Motivasi Kerja, Kompensasi, terhadap Kinerja Karyawan dengan Lama Berkreja sebagai Variabel Moderating," *Jurnal Lampung : Institut Infomatika dan Bisnis Darmajaya*. 11 (1) (2018).

<sup>28</sup> Irwati, Anik, dan Sandra.

3. Makin besar persepsi ketidakadilannya, makin besar memotivasinya untuk bertindak mengurangi kondisi ketegangan itu.
4. Orang akan mempersepsikan ketidakadilan yang tidak menyenangkan (misalnya menerima gaji yang terlalu sedikit) lebih cepat dari pada ketidakadilan yang menyenangkan (misalnya, mendapat gaji yang terlalu besar)<sup>29</sup>

Individu dalam dunia kerja akan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain. Apabila terdapat ketidakwajaran akan mempengaruhi tingkat usahanya untuk bekerja dengan baik. Ia membuat perbandingan sosial dengan orang lain dalam pekerjaan yang dapat menyebabkan mereka merasa dibayar wajar atau tidak wajar.

Prinsip teori keadilan adalah bahwa orang akan merasa puas atau tidak puas, tergantung apakah ia merasakan adanya keadilan (equity) atau tidak atas suatu situasi. Perasaan equity dan inequity atas suatu situasi, diperoleh orang dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain yang sekelas, sekantor maupun tempat lain. Menurut teori ini elemen-elemen dari teori equity ada tiga, yaitu: input, out comes, comparison person, dan equity – inequity.

1. Input; yaitu berbagai hal yang dibawa dalam kerja seperti pendidikan, pengalaman, keterampilan. Input dengan demikian berarti segala sesuatu yang berharga yang dirasakan karyawan sebagai sumbangan terhadap pekerjaan.
2. Output; yaitu apa yang diperoleh dari kerja seperti gaji, fasilitas, jabatan. Output berarti segala sesuatu yang berharga, yang dirasakan karyawan sebagai “hasil” dari pekerjaannya
3. Comparison person; orang lain sebagai tempat perbandingan, sebagai contoh, karyawan dengan pendidikan sama, jabatan sama tetapi gaji yang diterima berbeda. Comparison persons bisa berupa seseorang di perusahaan yang sama, atau di tempat lain, atau bisa pula dengan dirinya sendiri di waktu lampau.

---

<sup>29</sup> J.S Adam, “Towards an understanding of inequity,” *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67, no. 5 (1963): 422–36.

Individu atau karyawan akan merasa adil atau puas apabila  $A = B$  seimbang. Sedangkan individu akan merasa tidak adil jika  $A > B$ , di mana salah satu untung.<sup>30</sup>

Inti teori ini terletak pada pandangan bahwa manusia terdorong untuk menghilangkan kesenjangan antara usaha yang dibuat bagi kepentingan organisasi dengan imbalan yang diterima. Artinya, apabila seorang pegawai mempunyai persepsi bahwa imbalan yang diterimanya tidak memadai, dua kemungkinan dapat terjadi, yaitu :

1. Seorang akan berusaha memperoleh imbalan yang lebih besar.
2. Mengurangi intensitas usaha yang dibuat dalam melaksanakan tugas yang menjadi tanggung jawabnya.

#### a. Dasar Hukum Keadilan

Islam menegaskan kepada semua individu untuk menjalankan keadilan dalam segala tindakan dan perilaku yang mereka lakukan. sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa (4):58;

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

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

QS. An-Nisa(4):35 juga dijumpai perintah kepada orang-orang yang beriman untuk menjadi penegak keadilan, yaitu:

---

<sup>30</sup> Adam.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak keadilan dan saksi karena Allah, walaupun kesaksian itu memberatkan dirimu sendiri, ibu bapakmu, atau kerabatmu. Jika dia (yang diberatkan dalam kesaksian) kaya atau miskin, Allah lebih layak tahu (kemaslahatan) keduanya. Maka, janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang (dari kebenaran). Jika kamu memutarbalikkan (kata-kata) atau berpaling (enggan menjadi saksi), sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap segala apa yang kamu kerjakan.”

Perintah untuk berlaku adil atau menegakkan keadilan dalam menerapkan hukum tidak memandang perbedaan agama, sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. As-Syuura(62):15;

فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ هُمْ وَقُلْ أَمِنْتُ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنْ كِتَابٍ وَأُمِرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمْ ۗ اللَّهُ رَبُّنَا وَرَبُّكُمْ ۗ لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ ۗ لَا حِجَّةَ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ ۗ اللَّهُ يَجْمَعُ بَيْنَنَا وَإِلَيْهِ الْمَصِيرُ ۗ

Terjemahan :

“Oleh karena itu, serulah (mereka untuk beriman), tetaplah (beriman dan berdakwah) sebagaimana diperintahkan kepadamu (Nabi Muhammad), dan janganlah mengikuti keinginan mereka. Katakanlah, “Aku beriman kepada kitab yang diturunkan Allah dan aku diperintahkan agar berlaku adil di antara kamu. Allah Tuhan kami dan Tuhan kamu. Bagi kami perbuatan kami dan bagimu perbuatanmu. Tidak (perlu) ada pertengkar di antara kami dan kamu. Allah mengumpulkan kita dan kepada-Nyalah (kita) kembali.”

Begitu pentingnya berlaku adil atau menegakkan keadilan, sehingga Tuhan memperingatkan kepada orang-orang yang beriman supaya jangan karena kebencian terhadap suatu kaum sehingga memengaruhi dalam berbuat adil, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah (5):8;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ الْعَدْلُ ۗ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena



Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

## **b. Macam-macam Keadilan**

Keadilan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bagian sebagai berikut<sup>31</sup>:

### **1. Keadilan Distributif**

Keadilan distributif mencerminkan sejauh mana seorang individu merasakan hasil yang mereka terima adalah 'adil'. Dengan demikian, hasil berfungsi sebagai sumber informasi individu dan membentuk dasar untuk penilaian keadilan berikutnya, yang menjadi titik acuan untuk perilaku di masa depan.<sup>32</sup>

Menurut Colquitt, keadilan distributif dikonseptualisasikan sebagai keadilan yang terkait dengan hasil keputusan dan distribusi sumber daya. Hasil atau sumber daya mungkin berwujud (misalnya membayar) atau tidak terwujud (misalnya pujian). Indikator-indikator untuk mengukur Keadilan Distributif menggunakan item pengukuran yang dikembangkan oleh Colquitt yaitu:

- a. Persamaan menunjukkan penilaian mengenai kesetaraan antara usaha yang diberikan dalam pekerjaan dengan imbalan yang diterima.
- b. Kelayakan menunjukkan penilaian mengenai kelayakan imbalan yang diberikan perusahaan berdasarkan penyelesaian pekerjaan.
- c. Kontribusi menunjukkan penilaian mengenai kesesuaian antara imbalan dengan kontribusi yang diberikan kepada perusahaan
- d. Kinerja menunjukkan penilaian mengenai kesesuaian antara kinerja yang dihasilkan dengan imbalan yang diterima.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Alfian Poluan dan Bernhard Tewel, *Keadilan dalam Organisasi* (Manado: Unsrat Press, 2021). H. 25

<sup>32</sup> Kang Dae-seok, “Perceived organizational justice as a predictor of employees’ motivation to participate in training,” *Research and Practice in Human Resource Management* 15 (2007): 89–107.

<sup>33</sup> Colquitt dan Jason A, “On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure,” *Journal of Applied Psychology* 86 (2001): 386–400.

## 2. Keadilan Prosedur

Keadilan Prosedural berkaitan dengan keadilan prosedur formal yang mengatur keputusan organisasi. Dalam jenis keadilan ini, fokusnya adalah pada proses pemberiannya. Keadilan prosedural penting bagi karyawan karena menawarkan beberapa kontrol atas proses dan hasil keputusan, sehingga meyakinkan mereka tentang kemungkinan keadilan hasil jangka panjang bagi mereka. Colquitt menyatakan bahwa terdapat enam aturan atau indikator dalam keadilan prosedur. Apabila setiap aturan tersebut dapat dipenuhi, maka prosedur dapat dikatakan adil. Berikut aturan-aturan yang dimaksud adalah:

- a. *Consistency Rule*. Prosedur yang adil harus konsisten baik dari seseorang kepada orang yang lain maupun dari waktu ke waktu. Setiap orang memiliki hak dan diperlakukan sama dalam satu prosedur yang sama.
- b. *The Bias Suppression Rule*. Ada dua sumber bias yang sering muncul, yaitu kepentingan individu dan doktrin yang memihak. Oleh karenanya, dalam upaya minimalisasi bias ini, baik kepentingan individu maupun pemihakan harus dihindarkan.
- c. *The Accuracy Rule*. Informasi yang dibutuhkan untuk menentukan agar penilaian keadilan ak urat harus mendasarkan pada fakta.
- d. *The Correctability Rule*. Upaya untuk memperbaiki kesalahan merupakan salah satu tujuan penting perlu ditegakkanya keadilan. Oleh karena itu, prosedur yang adil juga mengandung aturan yang bertujuan untuk memperbaiki kesalahan yang ada ataupun kesalahan yang mungkin muncul.
- e. *The Representativeness Rule*. Prosedur dikatakan adil bila sejak awal ada upaya untuk melibatkan semua pihak yang bersangkutan. Dalam perkembangan selanjutnya, aspek representatif ini menjadi bagian penting dari model penilaian Keadilan Prosedural, yaitu model kepentingan pribadi yang diajukan Thibaut and Walker dan model nilai-nilai kelompok yang dikemukakan Lind and Tyler.
- f. *The Ethicality Rule*. Prosedur yang adil harus didasarkan pada standar etika dan moral. Dengan demikian, meskipun berbagai hal diatas terpenuhi, bila

substansinya tidak memenuhi standar etika dan moral, tidak bisa dikatakan adil.<sup>34</sup>

### 3. Keadilan Interaksional

Keadilan interaksional berfokus pada interaksi interpersonal yang terlibat selama proses pemberian layanan<sup>35</sup>. Keadilan interaksional ialah interaksi antara sumber alokasi dan orang-orang atau individu yang akan dipengaruhi oleh alokasi keputusan atau metode bagaimana melakukan dan apa yang harus dilakukan kepada orang-orang dalam proses pengambilan keputusan. Keadilan interaksional lebih mengkhhususkan pada sensitivitas sosial, seperti saat para pimpinan perusahaan memperlakukan pegawai dengan respek dan bermartabat.<sup>36</sup>

#### c. Konteks keadilan dalam Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009

Fatwa menempati kedudukan penting dalam hukum Islam, karena fatwa merupakan pendapat yang dikemukakan oleh ahli hukum Islam (fukaha) tentang kedudukan hukum suatu masalah baru yang muncul di kalangan masyarakat. Ketika muncul suatu masalah baru yang belum ada ketentuan hukumnya secara eksplisit (tegas), baik dalam al-Qur'an, al-sunnah dan ijmak maupun pendapat-pendapat fukaha terdahulu, maka fatwa merupakan salah satu institusi normatif yang berkompeten menjawab atau menetapkan kedudukan hukum masalah tersebut. Karena kedudukannya yang dianggap dapat menetapkan hukum atas suatu kasus atau masalah tertentu, maka para sarjana Barat ahli hukum Islam mengategorikan fatwa sebagai yurisprudensi Islam.<sup>37</sup>

Perkembangan fatwa dan mufti dimaknai secara lebih luas dan berbeda dengan yang ada dalam tradisi ilmu fiqh. Di beberapa negara-negara Arab, Seperti: Mesir, Jordania, Libanon, Palestina, Arab Saudi, pemberi fatwa diperankan oleh lembaga

<sup>34</sup> Colquitt dan A.

<sup>35</sup> Aurier, Philippe, dan Beatrice, "Perceived justice and consumption experience evaluation," *International Journal of Service Industry Management* 18(5) (2007): 45–71.

<sup>36</sup> Al-Zu'bi dan Hasan Ali, "Study of Relationship between Organizational Justice and Job Satisfaction," *International journal of Business and management* 5 (12) (2010): 102–9.

<sup>37</sup> Abdul Moqsih Ghazali et al., *Moderatisme Fatwa Diskursus, Teori dan Praktik* (Banten: International Center for Islam and Pluralism (ICIP), 2018).

fatwa negara yang diketuai oleh seorang mufti agung. Seorang mufti agung, haruslah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Mesir misalnya, penentuan seorang mufti dilakukan secara demokratis oleh para ulama senior dari Universitas Al-Azhar, Kairo. Presiden hanya menyetujui hasil keputusan tersebut. Sementara itu di Indonesia, fatwa diartikan sebagai pendapat dari lembaga yang berwenang baik berafiliasi dengan kelompok masyarakat tertentu maupun pemerintah. Karena itu terdapat fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia –yang diidentifikasi sebagai milik pemerintah- dan fatwa yang dibuat oleh kelompok masyarakat seperti fatwa Nahdhatul Ulama (NU) dan Muhamadiyah. Dalam konteks tulisan ini, fatwa yang dimaksud adalah fatwa yang dikeluarkan oleh MUI.<sup>38</sup>

Ulama tidak hanya mempertimbangkan aspek hukum dan mazhab dalam mengeluarkan fatwa, tetapi juga dampak sosial dan keadilan yang akan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, fatwa bukan hanya sebagai jawaban terhadap pertanyaan keagamaan, tetapi juga sebagai panduan moral dan etika bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Ulama harus memastikan bahwa fatwa yang dikeluarkan mencerminkan keadilan dan kesejahteraan bagi semua anggota masyarakat, sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya kesetaraan dan keadilan sosial.

Keadilan merupakan salah satu prinsip fundamental dalam Islam. Konsep keadilan (*al-'adl*) dalam Islam meliputi berbagai aspek kehidupan, baik dalam konteks individu, sosial, ekonomi, maupun hukum. Keadilan merupakan suatu ciri utama dalam ajaran Islam. setiap orang muslim akan memperoleh hak dan kewajibannya secara sama. Berdasarkan pada hakekat manusia yang derajatnya sama antara satu mukmin dengan mukmin yang lain. Dan yang membedakan hanyalah tingkat ketakwaan dari setiap mukmin tersebut.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Agus Purnomo, *Dinamika Fatwa dalam Hukum Positif* (Malang: Inara Publisher, 2020).

<sup>39</sup> Rendra Widyakso, “*Konsep Keadilan Menurut Al-Qur'an*,” 2019, <https://badilag.mahkamahagung.go.id/artikel/publikasi/artikel/konsep-keadilan-menurut-al-qur-an-rendra-widyakso-sh-12-7>.

Salah satu contoh penerapan prinsip keadilan dalam fatwa adalah fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 yang membahas tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) untuk memastikan bahwa praktik bisnis PLBS sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terutama dalam hal keadilan dan kesejahteraan umat. Fatwa ini menetapkan berbagai ketentuan yang harus dipatuhi oleh pelaku bisnis PLBS, seperti larangan praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (perjudian), serta memastikan bahwa setiap anggota jaringan mendapatkan haknya secara adil. Dengan demikian, fatwa ini berperan penting dalam menjaga keadilan ekonomi dan sosial dalam masyarakat, sesuai dengan prinsip al-'adl dalam Islam.

Ketentuan bonus dalam Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah adalah pertama, 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. Kedua, tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Ketiga, pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'* dan keempat tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 menekankan pentingnya penerapan prinsip keadilan dalam setiap aspek kegiatan bisnis multi-level marketing (MLM). Adapun poin-poin keadilan yang dibahas dalam fatwa adalah distribusi yang adil dimana fatwa menekankan bahwa pembagian bonus harus proporsional dan sesuai dengan kontribusi anggota. Ini sejalan dengan teori keadilan yang mengharuskan setiap orang mendapatkan imbalan yang sesuai dengan usaha dan kontribusinya. Transparansi dan kejelasan juga menjadi poin yang ditekankan dimana fatwa mengharuskan adanya transparansi dalam pembagian bonus untuk menghindari gharar. Informasi tentang kriteria dan perhitungan bonus harus disampaikan dengan jelas kepada semua

anggota. Poin terakhir adalah perlakuan yang sama yang berarti fatwa melarang praktik yang merugikan salah satu pihak atau adanya diskriminasi dalam pembagian bonus. Semua anggota harus diperlakukan dengan adil tanpa favoritisme.

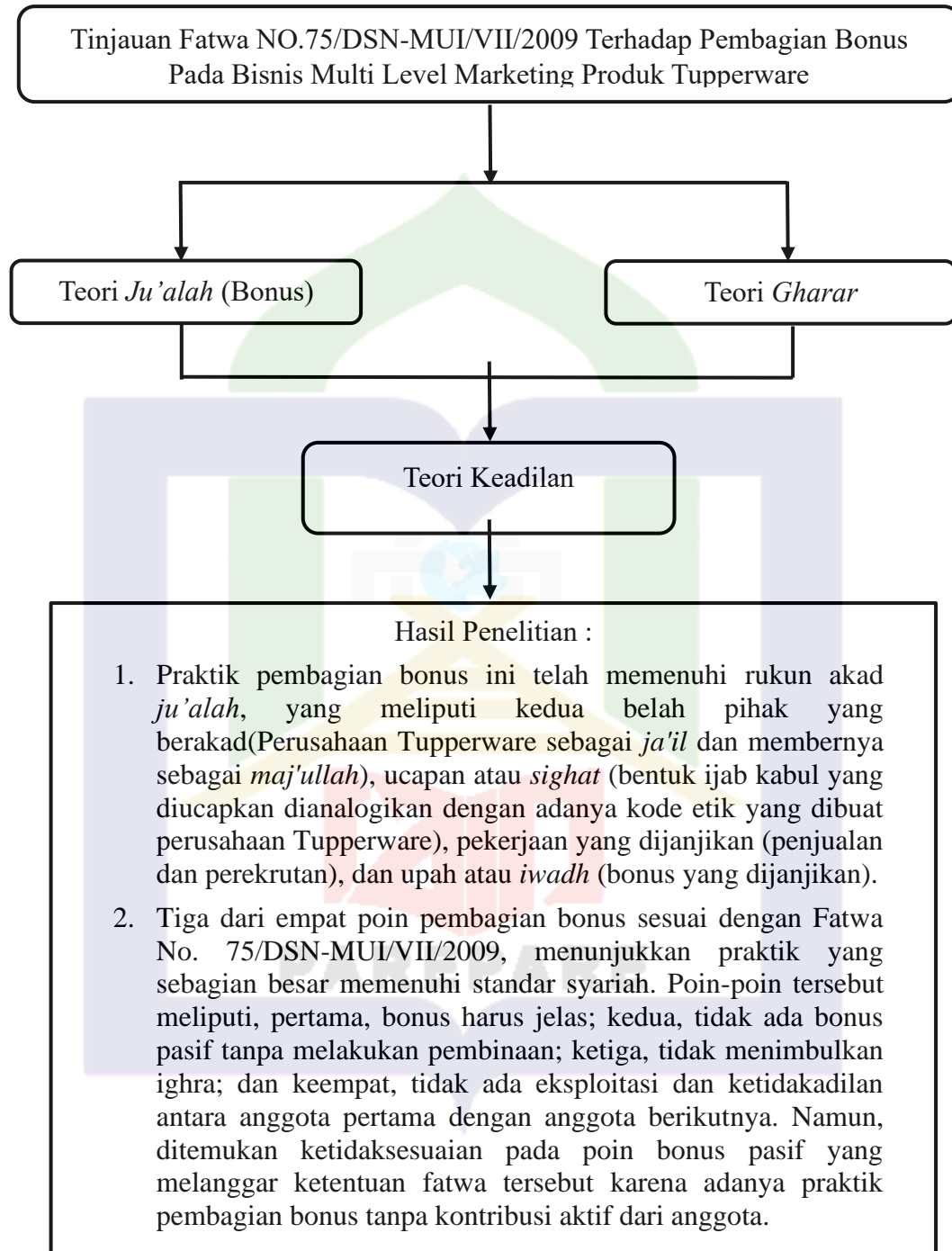
### C. Tinjauan Konseptual

1. Fatwa, dalam pengertian bahasa, mengacu pada jawaban terkait suatu peristiwa. Secara syariah, fatwa adalah penjelasan mengenai hukum syariah dalam suatu masalah sebagai tanggapan terhadap pertanyaan, baik dari individu yang jelas maupun tidak jelas identitasnya, baik dalam konteks perseorangan maupun kelompok. Fatwa yang dimaksud adalah penerapan fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualang Langsung Berjenjang Syariah.
2. Bonus, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, merujuk pada tambahan upah di luar gaji atau upah sebagai insentif, penghargaan, atau imbalan tambahan yang diberikan kepada karyawan sebagai penghargaan atas kinerja baik mereka. Dalam konteks Bahasa Arab, konsep *ji'alah*, *ju'l*, atau *ju'liyah* merujuk pada sesuatu yang disiapkan untuk diberikan kepada seseorang karena berhasil melakukan tindakan tertentu atau sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilakukan. Dalam perspektif hukum, akad *ji'alah* bisa dianggap sebagai janji untuk memberikan hadiah (bonus, komisi, atau upah tertentu), sehingga *ji'alah* adalah komitmen satu pihak untuk memberikan imbalan tertentu. Dalam konteks syariah, akad *ji'alah* adalah komitmen untuk memberikan imbalan yang jelas atas pekerjaan tertentu atau pekerjaan yang tidak spesifik yang sulit untuk ditentukan.
3. Multi Level Marketing (MLM) adalah metode pemasaran yang melibatkan berbagai level atau tingkatan, yang biasanya dikenal sebagai *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). *Upline* dan *downline* mencerminkan hubungan dalam dua tingkatan yang berbeda, yaitu atas dan bawah. Seseorang disebut *upline* jika memiliki *downline*, baik satu atau lebih. Bisnis yang

menggunakan MLM dijalankan melalui jaringan yang terdiri dari *upline* dan *downline*. Meskipun istilah dan struktur jaringan bisa bervariasi antara perusahaan dan pebisnis, terdapat aturan dan mekanisme yang berbeda, baik secara vertikal maupun horizontal.



#### D. Kerangka Pikir





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dalam masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat. Meskipun penelitian ini berbasis penelitian lapangan, penulis juga menggunakan sumber-sumber data kepustakaan dengan memanfaatkan buku-buku, hasil penelitian, dan internet untuk menelaah hal-hal yang berkenaan dengan bisnis Multi Level Marketing.

Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu tata cara penelitian dengan menggunakan pengamatan atau wawancara karena penelitian akan meneliti langsung mengenai sistem pembagian bonus pada bisnis MLM.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan lokasi penelitiannya dengan mempertimbangkan beberapa hal sehingga data yang dibutuhkan dapat diperoleh dan tercapainya tujuan penelitian ini. Adapun lokasi penelitian ini adalah rumah *5 star manager* di Perumahan Pondok Indah, rumah *3 star manager* di Jl. Calakara No.01 Parepare, dan rumah *Super Consultant* di Perumahan Wekke'e.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama 39 hari. Waktu penelitian dimulai dari seminar proposal tanggal 4 Juni 2024 hingga selesai meneliti pada tanggal 13 Juli 2024.

### C. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini terletak pada pelaksanaan pembagian bonus pada bisnis Multi Level Marketing produk Tupperware (Studi kasus agen Tupperware Annisa Setia Parepare) sesuai Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009.

### D. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dari sumber asli. Dalam hal ini, proses pengumpulan datanya dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara pada pihak manager yaitu Indarwati selaku *5 Star Manager*, Erina sebagai *3 Star Manager* dan Rina sebagai *Super Consultant Agen Tupperware Soreang*.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini biasanya sebagai pelengkap dari data primer. Data sekunder ini yang mendukung penelitian penulis, terdiri dari seluruh data yang berkaitan dengan teori-teori yang berhubungan dengan MLM serta jual beli sesuai dengan syariat Islam yaitu Fatwa DSN MUI, buku tentang MLM seperti buku panduan atau Handbook Tupperware, dokumentasi serta katalog yang telah di keluarkan oleh pihak Agen Annisa Setia Tupperware. Data sekunder lainnya yaitu buku-buku yang berjudul Fiqh Muamalah karya Prilla Kurnia Ningsih sebagai rujukan teori *Ju'alah*, buku Hariman Surya Sinegar dan Koko Khoerudin yang berjudul Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi sebagai rujukan teori *Gharar* dan Jurnal karya J.S Adam yang berjudul *Towards an understanding of inequity* sebagai rujukan teori Keadilan.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang tertulis yang memberikan keterangan yang sesuai dengan data yang dibutuhkan, yaitu data mengenai lokasi penelitian, konsep-konsep yang berbicara tentang sistem Multi Level

Marketing Syariah, baik berupa buku-buku, kitab-kitab, jurnal, artikel dan sebagainya.

Penelitian menggunakan metode dokumentasi adalah semata-mata untuk mendapatkan data penelitian dari dokumenter yang sudah ada khususnya tentang sistem *Multi Level Marketing*.

### **E. Uji Keabsahan Data**

Keabsahan data merupakan cara untuk menghindari kesalahan dalam penelitian agar hasil penelitian menjadi lebih baik. Agar data penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah maka perlu diadakan uji keabsahan data. Penelitian kualitatif dapat dikatakan abash apabila memiliki derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

#### **1. Kepercayaan (*credibility*)**

Penelitian kredibilitas adalah ukuran kebenaran data yang telah dikumpulkan yang memberikan kesamaan konsep peneliti dengan hasil penelitian. Peneliti akan melakukan pemeriksaan kelengkapan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi untuk memperoleh kebenaran yang valid dari data yang dihasilkan. Teknik yang digunakan peneliti untuk mencapai kredibilitas dengan teknik Triangulasi digunakan sebagai pengecekan data dan informasi dari berbagai sumber.

#### **2. Keteralihan (*transferability*)**

Pada penelitian kualitatif, nilai *transferability* tergantung pada pembaca, untuk mengetahui sampai sejauh mana hasil penelitian tersebut diterapkan pada konteks dan situasi sosial yang lain, jika pembaca memperoleh gambaran dan pemahaman yang

jelas tentang laporan peneliti.<sup>40</sup> Dalam hal ini, peneliti membuat penelitian dengan memberikan uraian yang rinci dan jelas sehingga orang lain dapat memahami penelitian dan menunjukkan ketepatan diterapkannya penelitian ini.

### 3. Kebergantungan (*dependability*)

Penelitian kualitatif kebergantungan, juga dikenal sebagai audit kebergantungan, dilakukan dengan melakukan audit keseluruhan proses penelitian. Jika peneliti tidak membuktikan bahwa proses penelitian telah dilakukan secara menyeluruh, hasil penelitian tidak dapat dipercaya. Uji dependabilitas dapat dilakukan melalui audit yang dilakukan oleh pembimbing untuk mengaudit seluruh proses penelitian.

### 4. Kepastian (*confirmability*)

Dalam penelitian kualitatif, uji obyektifitas digunakan untuk menguji validitas penelitian. Jika hasil penelitian disepakati oleh banyak orang, penelitian dikatakan objektif. Jika hasil penelitian dihasilkan sebagai bagian dari proses penelitian, hal itu menunjukkan bahwa penelitian tersebut telah memenuhi standar bukti.<sup>41</sup>

## F. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data merupakan langkah berikutnya dalam proses pengolahan data, di mana data yang telah dikumpulkan akan dianalisis, diolah, dan dimanfaatkan untuk menarik kesimpulan terhadap permasalahan yang dikaji dalam penyusunan

---

<sup>40</sup> Arnild Augina Mekarisce, "Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat," *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020).

<sup>41</sup> Purnama Syae Purrohman, *Menulis Skripsi dengan Metode Penelitian Kualitatif*, (Universitas Muhammadiyah, 2018).

hasil penelitian. Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga kegiatan utama dalam proses analisis data, yakni:

1. Reduksi data yaitu meringkas, menentukan inti pokok, memusatkan perhatian pada hal-hal signifikan, mencari motif dan kecenderungannya. Dengan cara ini, data yang telah disederhanakan akan memberikan gambaran yang lebih terperinci dan memfasilitasi peneliti dalam proses pengumpulan data berikutnya.
2. Penyajian data yaitu merupakan rakitan informasi dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan sejenisnya agar makna peristiwa lebih mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan yaitu verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian dilakukan. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari makna dari data yang dikumpulkan, yaitu mencari pola, tema, hubungan persamaan, hipotesis, dan selanjutnya dituangkan dalam bentuk kesimpulan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Sistem Pembagian Bonus Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Produk Tupperware Di Agen Tupperware Annisa Setia Kota Parepare

##### 1. Jenjang Karir Tupperware



##### a. *Consultant*

Para member Tupperware akan diangkat menjadi Consultant Tupperware setelah memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, mereka harus mengisi dan menandatangani formulir aplikasi serta melampirkan fotokopi KTP. Kedua, mereka diwajibkan untuk membayar biaya pendaftaran sebesar Rp 100.000,- (seratus ribu rupiah).

Selanjutnya wawancara dilakukan pada tanggal, Indarwati selaku *5 Star Manager* menambahkan:

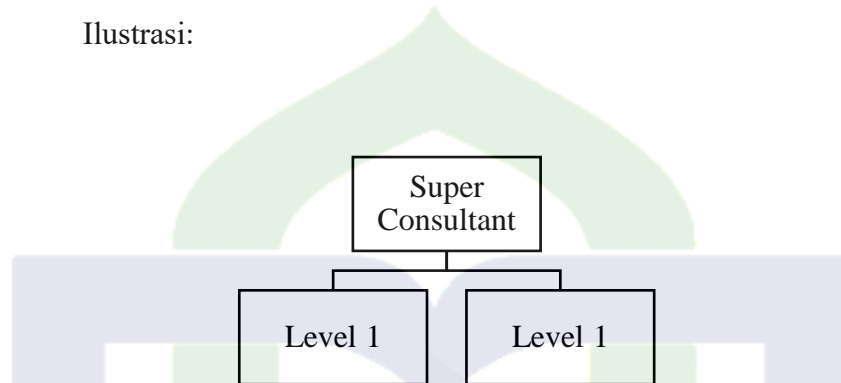
“Jadi ketika pertama masuk menjadi member, kita itu diberi julukan *consultant*. *Consultant* ini terbagi dua, *consultant* biasa ini member yang hanya melakukan pembelian tanpa melakukan penjualan. Keuntungan yang diraih hanya harga barang yang lebih murah. Nah beda halnya dengan *super consultant*, dimana *super consultant* ini member yang

melakukan penjualan sehingga sudah bisa merasakan bonus yang ada di Tupperware”<sup>42</sup>

b. *Super consultant*

Dengan memiliki 2 *Personal Recruit* dan *Personal Sales* Rp 4 Juta dalam satu bulan. *New consultant* akan di-promote up menjadi *Super consultant*.

Ilustrasi:



c. *Manager in Qualification*

Adapun ketentuan-ketentuan untuk mengikuti program Manager In Qualification (MIQ). Pertama, peserta harus memiliki minimal personal sales sebesar Rp3 Juta dan 3 (tiga) Personal Rekrut. Kedua, peserta harus melakukan pendaftaran untuk menjadi MIQ melalui platform Tupperklik. Setelah melakukan pendaftaran, status peserta secara otomatis akan berubah menjadi MIQ pada periode tersebut.

(MIQ) harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, mereka harus mencapai personal sales sebesar Rp5 juta. Kedua, jumlah total Team Recruit harus mencapai 8 orang, dengan minimal 3 team recruit di bulan pertama. Ketiga, total Team Sales MIQ harus mencapai Rp30 juta.

Selama periode program MIQ (1 atau 2 bulan), peserta akan memperoleh beberapa keuntungan. Mereka akan mendapatkan 25% keuntungan penjualan (Personal Margin) dari Personal Sales MIQ. Selain itu, mereka juga akan menerima 2% Personal Recruit Sales Bonus dari Level 1 dan 2 dari Consultant di bawah mereka.

<sup>42</sup> Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024.

Pendaftaran ini adalah untuk menginformasikan bahwa *Consultant* ingin mengikutiprogram Manager, dimana apabila kualifikasi terpenuhi maka yang bersangkutan akan menjadi Manager Tupperware.

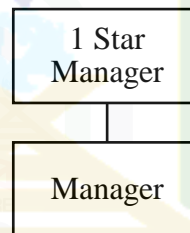
d. Manager

*Consultant* akan dipromote up menjadi Manager di awal bulan berikutnya, apabila berhasil menyelesaikan program MIQ.

e. *1 Star Manager*

Seorang Manager akan dipromosikan menjadi 1 Star Manager apabila memenuhi dua syarat utama. Pertama, mereka harus memiliki satu orang Manager di Generasi 1. Kedua, total Organisasi Sales harus mencapai Rp25 juta dalam satu bulan.

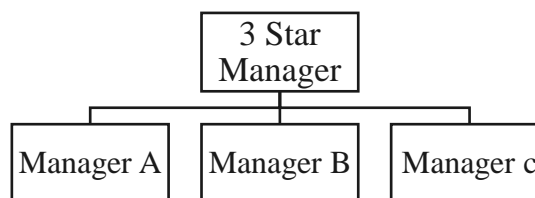
Ilustrasi:



f. *3 Star Manager*

Seorang 3 Star Manager akan dipromosikan menjadi 3 Star Manager jika berhasil memenuhi dua kriteria utama. Pertama, mereka harus memiliki 3 (tiga) Manager di Generasi 1. Kedua, total Organization Sales harus mencapai Rp150 juta dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan atau kurang. Perhitungan ini didasarkan pada akumulasi Team Sales dari Generasi 1 dan Generasi 2 Manager.

Ilustrasi:

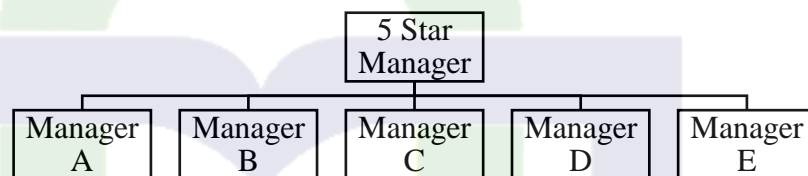




g. *5 Star Manager*

Seorang 5 Star Manager akan dipromosikan menjadi 5 Star Manager jika berhasil memenuhi dua kriteria utama. Pertama, mereka harus memiliki 5 (lima) Manager di Generasi 1. Kedua, total Team Sales harus mencapai Rp240 juta dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan atau kurang. Perhitungan ini didasarkan pada akumulasi Team Sales dari Generasi 1 dan Generasi 2 Manager.

Ilustrasi :



Hukum pembagian bonus yang dilakukan di Tupperware dapat dianalisis menggunakan Hukum Islam dengan akad *ju'alah*. Apabila ditinjau dari rukun dan syarat *ju'alah* pada pembagian bonus di Tupperware ini, maka harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

a. Kedua belah pihak yang berakad (*aqidain*)

Adanya orang yang berakad *Ja'il* yaitu pihak yang berjanji akan memberikan imbalan dan *Maj'ullah* orang-orang yang melakukan pekerjaan, harus cakap hukum. Sementara *Maj'ullah* ditentukan ia harus cakap melakukan pekerjaan tersebut, jika tidak ditentukan, siapapun yang mengetahui dan mendengarnya boleh melakukannya.<sup>43</sup>

Pengaplikasian dalam bisnis Tupperware, *Ja'il* disini adalah perusahaan Tupperware yang menjanjikan bonus kepada para member yang berhasil menjualkan produk sesuai target yang ditentukan. *Maj'ullah* adalah member yang bekerja sesuai target dan mendapatkan komisi atau bonus dari Tupperware.

<sup>43</sup> Panji Adam, *Fiqh Mu'amalah Maliyah* (Bandung: PT. Refika Aditama). h.355

Keduanya telah cakap hukum karena sudah dibuktikan melalui syarat pendaftaran member harus mencapai usia minimal 17 tahun.

b. Ucapan (*shighat*)

Ijab harus diucapkan oleh pihak yang menjanjikan upah walaupun tidak ada ucapan kabul dari pihak yang melaksanakan pekerjaan. Bentuk ijab kabul pada bisnis Tupperware ini dianalogikan dengan adanya kode etik yang dibuat perusahaan dan disetujui oleh member resmi dan memberikan formulir identitas beserta fotokopi KTP saat pendaftaran.

c. Pekerjaan

Pekerjaan yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan Syariat Islam dan mengandung manfaat yang jelas serta memiliki tingkat kesusahan, tidak ada upah bagi pekerjaan yang tidak ada beban dan bukan suatu pekerjaan yang wajib bagi pekerja.<sup>44</sup>

Pekerjaan yang berada pada bisnis Tupperware adalah melakukan penjualan produk kepada konsumen dan tidak ada pelanggaran Syariat Islam. Bonus diberikan sebagai penghargaan atas kontribusi nyata member dalam mempromosikan dan menjual produk Tupperware. Ini memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun member. Member yang menerima bonus biasanya harus mencapai target penjualan tertentu atau merekrut sejumlah member baru, yang merupakan tugas yang memerlukan usaha dan keterampilan. Tugas member Tupperware tidak merupakan kewajiban syar'i. Oleh karena itu, mereka berhak mendapatkan bonus sebagai penghargaan atas usaha mereka.

d. upah (*iwadh*)

Upah yang dijanjikan harus berupa sesuatu yang bernilai harta dalam jumlah yang jelas. Upah tersebut telah ditentukan dan diketahui oleh *maj'ullah* sebelum melakukan pekerjaan.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> Adam.

<sup>45</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Munakahat*. h.143

Perusahaan yang memberikan upah kepada member yang berhasil melakukan hasil penjualan sendiri dan member bawahnya (*downline*). Bonus telah ditentukan besarnya oleh perusahaan Tupperware. Besaran jumlah bonus ini akan diketahui semua member Tupperware sebagai *maj'ullah* ketika member melihat buku panduan yang diberikan ketika mendaftar menjadi member.

Dengan demikian, pembagian bonus di Tupperware telah sesuai dengan rukun dan syarat akad *ju'alah*, memberikan penghargaan yang adil atas usaha dan kontribusi member dalam bisnis tersebut.

## 2. Bentuk-bentuk bonus dalam Tupperware

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Indarwati, yang menjabat sebagai 5 *Star Manager*, dan Ibu Erina, yang menjabat sebagai 3 *Star Manager*, dijelaskan bahwa dalam praktik di Agen Tupperware, komisi diperlakukan sama dengan bonus. Ibu Indarwati juga menyebutkan bahwa bentuk-bentuk bonus di Agen Tupperware sangat beragam. Indarwati menjelaskan dalam wawancara, sebagai berikut:

“Bentuk bonus yang diberikan oleh Tupperware kepada setiap jenjang dalam sistem jaringan kami cukup beragam. Misalnya, setiap bulan ada bonus penjualan yang diberikan berdasarkan tingkat penjualan masing-masing anggota. Untuk anggota yang mencapai target penjualan tertentu, mereka bisa mendapatkan bonus tunai tambahan di luar komisi standar mereka. Selain itu, Tupperware juga sering memberikan insentif khusus seperti bonus tim dimana Anggota yang berhasil mencapai target penjualan tertentu akan mendapatkan bonus terpisah dari bonus individu.”<sup>46</sup>

Melihat penuturan di atas menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan komisi dan bonus untuk para agen yang memasarkan produk-produk Tupperware. Sedangkan seperti yang kita tahu bersama bahwa antara bonus dan komisi terdapat perbedaan pengertian.

Lebih lanjut Indarwati juga menyatakan bahwa di Tupperware tidak ada komisi bagi *upline* yang merekrut *downline* baru. Seorang *upline* mendapatkan bonus

---

<sup>46</sup> Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024.

dari prestasinya yakni ketika mencapai target penjualan. Adapun penuturannya adalah sebagai berikut:

“Di Tupperware, kita tidak ada bonus khusus untuk perekrutan anggota baru. Sistem bonus sepenuhnya berbasis pada penjualan dan kinerja masing-masing anggota. Fokus utama Tupperware adalah pada penjualan produk, bukan pada jumlah anggota yang direkrut.”

Pertanyaan serupa sebagaimana dijelaskan oleh Indarwati, Erina menambahkan bahwa tidak adanya bonus perekrutan membuat para member lebih fokus pada penjualan daripada perekrutan:

“Ini berarti kami harus benar-benar bekerja keras untuk menjual produk dan mencapai target penjualan agar bisa mendapatkan bonus. Ini menjadi salah satu motivasi besar bagi para anggota untuk meningkatkan penjualan mereka.”<sup>47</sup>

Adapun yang berkaitan dengan bentuk-bentuk bonus dalam Tupperware, Ibu Erina tidak menjelaskan secara panjang lebar. Pada intinya bonus dalam Tupperware sangatlah beragam dan untuk mengetahui secara lebih rinci dapat dilihat dalam buku panduan Tupperware<sup>48</sup> Berikut uraian bonus-bonus yang ada di Agen Tupperware Annisa Setia berdasarkan buku panduan sukses Tupperware:

a. Personal Margin

25% keuntungan penjualan (Personal Margin) untuk semua produk tupperware. Dalam wawancara penulis dengan salah satu manager di Agen Tupperware Annisa Setia, Ibu Erina menjelaskan lebih rinci tentang bonus Personal Margin ini:

“Personal margin 25% adalah komisi yang kami dapatkan dari penjualan produk Tupperware. Artinya, setiap kali saya menjual produk, saya mendapatkan 25% dari harga jual produk sebagai komisi.”

Lebih lanjut, Erina menjelaskan contoh penerapannya:

“Misalnya, jika saya menjual satu produk Tupperware seharga Rp 100.000 kepada seorang pelanggan, saya mendapatkan 25% dari harga jual tersebut

---

<sup>47</sup> Erina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Jl. Calakara No.1, 4 Juli 2024.

<sup>48</sup> Handbook Tupperware.

sebagai komisi. Jadi, 25% dari Rp 100.000 adalah Rp 25.000. Itu berarti saya mendapatkan Rp 25.000 sebagai komisi untuk penjualan produk tersebut.”

b. Personal Sales Volume Bonus

2 % Personal Sales Volume Bonus akan tercapai jika personal sales mencapai Rp4 juta dalam satu bulan. Lebih lanjut Ibu Indarwati selaku *5 Star Manager* menerangkan lebih rinci tentang bonus ini:

“Contoh perhitungannya itu, jika penjualan pribadi saya mencapai Rp 4 juta dalam satu bulan, saya akan mendapatkan 2% dari total penjualan tersebut sebagai bonus tambahan. Jadi, 2% dari Rp 4 juta adalah Rp 80.000. Ini berarti saya akan mendapatkan tambahan Rp 80.000 sebagai Personal Sales Volume Bonus di luar komisi biasa. Jadi jika saya mendapatkan komisi 25% dari bonus atau komisi Personal Margin, itu berarti dari penjualan Rp 4 juta, saya mendapatkan Rp 1 juta sebagai bonus atau komisi reguler. Ditambah dengan Personal Sales Volume Bonus 2%, saya mendapatkan tambahan Rp 80.000, jadi totalnya Rp 1.080.000.”<sup>49</sup>

c. Personal Recruit Sales Bonus

Personal Recruit Sales Bonus berjumlah sebesar 2% dihitung dari 2 Personal Sales *Consultant* yang direkrut hingga 2 (dua) level dibawahnya *Super consultant*. Ibu Indarwati kembali menjelaskan lebih lanjut cara kerja bonus ini:

“Bonus ini diberikan sebesar 2% dari total penjualan dua Personal Sales *Consultant* yang direkrut dan berada di dua level di bawah *Super consultant*. Jadi, jika saya sebagai *Super consultant* merekrut dua Personal Sales *Consultant*, dan mereka juga merekrut dua Personal Sales *Consultant* masing-masing, saya akan mendapatkan bonus 2% dari penjualan mereka. Misalnya, jika dua Personal Sales *Consultant* yang saya rekrut masing-masing mencapai penjualan pribadi sebesar Rp 4 juta dalam satu bulan, total penjualan mereka adalah Rp 8 juta. Kemudian, jika masing-masing dari mereka juga merekrut dua Personal Sales *Consultant* yang mencapai penjualan pribadi sebesar Rp 4 juta, maka total penjualan di dua level di bawah saya adalah Rp 16 juta. Saya akan mendapatkan 2% dari total penjualan ini sebagai bonus. Dari total penjualan Rp 16 juta, saya mendapatkan 2%. Jadi, 2% dari Rp 16 juta adalah Rp 320.000. Ini berarti saya akan menerima Rp 320.000 sebagai Personal Recruit Sales Bonus.”

---

<sup>49</sup> Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024.

## d. Team Sales Bonus

Pada bonus ini, hanya Manager dan Director yang berhak menikmati Team Sales Bonus bulanan mulai dari Rp325.000, yang dihitung berdasarkan penjualan tim mereka.

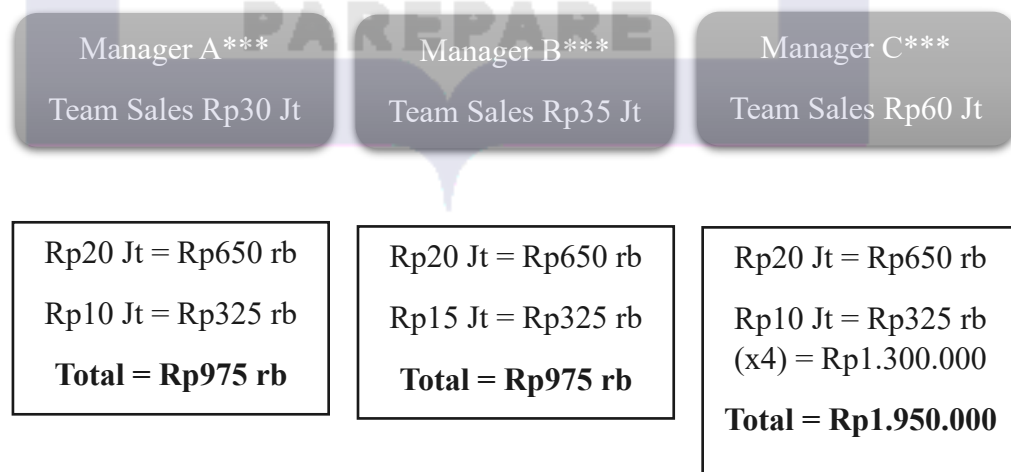
Manager/Director Team Sales	Team Bonus
≥ 12 Juta	Rp325.000
≥ 16 Juta	Rp480.000
≥ 20 Juta	Rp650.000

Setiap kelebihan Rp10 Juta diatas Rp20 Juta akan mendapatkan bonus Rp325.000. Khusus Manager baru (maksimal berusia 12 bulan) dapat menikmati team bonus sales sebagai berikut:

Periode	Team Sales	Team Bonus
Bulan 1 – 6	≥ 8 Juta	Rp200.000
Bulan 7 – 12	≥ 10 Juta	Rp250.000

Berlaku satu kali saat pertama dipromosikan sebagai Manager untuk pertama kalinya.

Ilustrasi:



\*\*\* Team Sales dihitung dari Personal Sales Manager, semua *Consultant* dan MIQ dalam teamnya.

Dalam teori gharar, merupakan suatu bentuk jual beli yang dilarang jika ada unsur ketidakjelasan dalamnya. Dalam Q.S Al-Baqarah (1): 188 dijelaskan sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۚ

Terjemahan :

“Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.”

Dalam tafsir al-Mukhtasar dijelaskan pada perintah ayat ini mengisyaratkan bahwa umat Islam dilarang mengambil harta orang lain secara tidak sah, seperti melalui pencurian, perampasan, atau penipuan. Selain itu, mereka juga dilarang mengajukan gugatan ke pengadilan dengan tujuan mengambil harta orang lain secara tidak benar, terutama ketika mereka tahu bahwa tindakan tersebut diharamkan oleh Allah. Melakukan perbuatan dosa dengan kesadaran penuh bahwa hal itu diharamkan dianggap lebih buruk dan mendapatkan hukuman yang lebih berat. Tafsir ini menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan kesadaran akan hukum Allah dalam interaksi sosial dan ekonomi.

Maksud dari ayat di atas adalah bahwa semua transaksi harus bebas dari kecurangan dan ketidakjelasan (*gharar*). Konteks dalam hukum ekonomi islam menjelaskan sangat penting untuk menghindari segala bentuk kecurangan, termasuk dalam praktik muamalah yang melibatkan ketidakpastian.

Ditinjau dari isi kandungannya, bentuk-bentuk transaksi gharar terdiri dari tiga bagian<sup>50</sup> seperti jual beli barang yang belum ada (*ma'dum*) adalah kondisi di mana

<sup>50</sup> Hariman Surya Sinegar dan Koko Khoerudin, *Fikih Muamalah : Teori dan Implementasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019). h.109

penjual tidak mampu menyerahkan objek akad pada saat transaksi, baik objek tersebut sudah ada maupun belum (*bai' al-ma'dum*). Contohnya adalah menjual janin yang masih di dalam perut hewan ternak tanpa menjual induknya, atau menjual janin dari janin hewan yang belum lahir seperti yang dilakukan oleh orang Arab pada zaman *Jahiliyah*.

Kedua, jual beli barang yang tidak jelas (*Majhul*) termasuk dalam beberapa kondisi. Pertama, menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual. Jika suatu barang belum diserahkan pada saat jual beli, maka barang tersebut tidak dapat dijual kepada orang lain. Jika barang belum diterima oleh pembeli, tidak boleh dilakukan kesepakatan jual beli lagi, karena wujud barang tersebut belum jelas, baik kriteria, bentuk, maupun sifatnya. Kedua, tidak adanya kepastian tentang sifat tertentu dari benda yang dijual. Ketiga, tidak adanya kepastian tentang waktu penyerahan objek akad, misalnya setelah wafatnya seseorang. Jual beli seperti ini termasuk gharar karena objek akad dipandang belum ada. Namun, jika dibatasi oleh waktu yang tegas, misalnya penyerahan barang tersebut akan dilakukan pada bulan atau tahun depan, maka akad jual beli tersebut sah. Keempat, tidak adanya kepastian objek akad, yaitu adanya dua objek akad yang berbeda dalam satu transaksi. Misalnya, salah satu dari dua potong pakaian yang berbeda mutunya dijual dengan harga yang sama. Salah satu pakaian tersebut harus dibeli tanpa ditentukan terlebih dahulu pakaian mana yang menjadi objek akad. Terakhir, kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi. Misalnya, menjual seekor kuda pacuan yang sedang sakit. Jual beli ini termasuk gharar karena di dalamnya terkandung unsur spekulasi bagi penjual dan pembeli, sehingga disamakan dengan jual beli dengan cara undian.

Jual beli barang yang tidak mampu diserahkan memiliki beberapa aspek. Pertama, tidak adanya kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis benda yang dijual. Kedua, tidak adanya kepastian tentang jumlah harga yang harus



dibayar. Misalnya, penjual berkata: "Saya jual beras kepada anda sesuai dengan harga yang berlaku pada hari ini." Ketidakpastian dalam jual beli ini merupakan 'ilat dari larangan melakukan jual beli terhadap buah-buahan yang belum layak dikonsumsi. Ketiga, tidak adanya ketegasan bentuk transaksi, yaitu adanya dua macam atau lebih transaksi yang berbeda dalam satu objek akad tanpa menegaskan bentuk transaksi mana yang dipilih sewaktu terjadinya akad. Misalnya, sebuah arloji dijual dengan harga 100 ribu rupiah jika dibayar tunai dan 125 ribu rupiah jika kredit, namun ketika akad berlangsung tidak ditegaskan bentuk transaksi yang dipilih. Terakhir, adanya keterpaksaan, antara lain berbentuk: (a) Jual beli lempar batu (bai' al-hasa), yaitu seseorang melemparkan batu pada sejumlah barang dan barang yang dikenai batu tersebut wajib dibelinya. (b) Jual beli saling melempar (bai' al-munabazah), yaitu seseorang melemparkan bajunya kepada orang lain dan jika orang yang dilempar itu juga melemparkan baju kepadanya maka antara keduanya wajib terjadi jual beli, meskipun pembeli tidak tahu kualitas barang yang akan dibelinya. (c) Jual beli dengan cara menyentuh suatu barang maka barang itu wajib dibelinya, meskipun ia belum mengetahui.

Untuk menghindari gharar, transaksi harus dilakukan dengan transparansi penuh, kepastian dan keadilan bagi kedua belah pihak. Jika dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dan para member Agen Tupperware Annisa Setia Kota Parepare, perusahaan atau pusat sudah menentukan barang ketentuan bonus dengan jelas. Ketentuan bonus telah tersaji mulai dari pertama seseorang bergabung. Jadi, praktik pembagian bonus yang dilakukan di Agen Tupperware Annisa Setia Kota Parepare tidak termasuk dalam bentuk-bentuk gharar yang dilarang,

## **B. Analisis Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Praktik Pembagian Bonus Yang Diterapkan Agen Tupperware Annisa Setia**

### **1. Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah**

a. Ketentuan Umum

Ketentuan umum pertama pada Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 adalah 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. Kedua, 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. Ketiga, produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Keempat, 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 perundang-undangan yang berlaku. Kelima, konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan. Keenam, komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerjanya, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa. Ketujuh, 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. Kedelapan, *Ighra* adalah daya tari luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan. Kesembilan, *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perek-rutan/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 kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan. Kesepuluh, *excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya. Kesebelas, *member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya. Terakhir, mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

#### b. Ketentuan Hukum

Ketentuan hukum Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 mencakup : adanya obyek transaksi riil. Transaksi harus melibatkan barang atau produk jasa nyata yang diperjualbelikan. Kedua, produk yang dijual belikan merupakan barang yang halal. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan tidak boleh berupa sesuatu yang diharamkan atau digunakan untuk tujuan yang haram. Ketiga, transaksi yang dilakukan tidak Mengandung unsur yang dilarang seperti Transaksi perdagangan yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian), maysir (judi), riba (bunga), dharar (kerugian), dzulm (ketidakadilan), atau maksiat (perbuatan dosa). Keempat, harga yang ditetapkan harus dalam batas wajar. Tidak boleh ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh. Kelima, komisi yang didapat harus berdasarkan prestasi kerja nyata. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus didasarkan 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. Keenam, bonus harus Jelas. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Kelima, tidak ada bonus pasif yang diterima. Tidak boleh ada komisi atau bonus yang diperoleh secara pasif tanpa melakukan pembinaan

atau penjualan barang dan atau jasa. Ketentuan keenam yaitu pembagian bonus harus tanpa Ighra: Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak boleh menimbulkan ighra (godaan yang merusak). Ketujuh, pembagian bonus harus adil. Tidak boleh ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Kedelapan, perekrutan yang sesuai syariah. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan, dan acara seremonial tidak boleh mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia seperti syirik (kemusyrikan), kultus, atau maksiat. Kesembilan, fatwa mengharuskan adanya pembinaan dan pengawasan anggota: Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya. Terakhir yaitu pada prakteknya tidak boleh melakukan *Money Game*. Kegiatan *money game* tidak diperbolehkan.

#### c. Ketentuan Akad

Dalam praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), terdapat beberapa akad yang dapat digunakan untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip syariah. Pertama, akad Bai' atau Murabahah merujuk pada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah dan Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah. Akad ini digunakan dalam transaksi jual beli dengan penambahan margin keuntungan yang telah disepakati. Selanjutnya, akad Wakalah bil Ujah merujuk pada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah, yang mengatur mengenai perwakilan dengan imbalan. Akad *Ju'alah*, yang mengacu pada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*, digunakan untuk memberikan upah atas pencapaian tertentu atau hasil yang diinginkan. Selain itu, akad Ijarah, yang merujuk pada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah, digunakan dalam bentuk sewa atau layanan dengan pembayaran

berkala. Akhirnya, akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah dapat digunakan setelah dikeluarkannya fatwa oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dengan demikian, berbagai akad ini memberikan kerangka yang jelas dan sesuai syariah bagi pelaksanaan PLBS.

## 2. Ketentuan Bonus PLBS dalam Fatwa DSN–MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009

- a. 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.

Persyaratan ini mengacu kepada ketentuan umum tentang akad, khususnya yang berkaitan dengan MLM seperti akad *ijarah* atau *ju'alah*. Menurut fatwa ini, salah satu syarat utama dalam pemberian bonus adalah kejelasan jumlah bonus pada saat transaksi atau akad dilakukan. Ini berarti ketika seorang anggota atau mitra usaha melakukan penjualan atau merekrut anggota baru, jumlah bonus yang akan diterima harus sudah ditetapkan dan diketahui secara pasti. Kejelasan ini penting untuk menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dalam transaksi, yang dilarang dalam prinsip syariah.

- b. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

*Passive income* adalah pendapatan yang kita peroleh atas suatu kegiatan ekonomi, namun kita tidak aktif dalam kegiatan tersebut secara langsung. Jika *passif income* ini terjadi, maka dugaan kuat yang terjadi dalam rantai MLM tersebut adalah ketidakadilan anggota, ada yang bekerja keras namun mendapatkan bonus yang minimal dan di sisi lain akan ada member yang tidak melakukan kegiatan usaha apapun tetapi memperoleh bonus yg sangat besar karena mereka telah berada pada posisi tertentu.

MLM sesuai fatwa mengharuskan setiap member atau pelaku untuk selalu bekerja secara kontinu sampai kapanpun, pada peringkat tertinggi

dalam keanggotannya sekalipun, meskipun jenis pekerjaan mungkin berbeda. Dalam MLM ada beberapa jenis pekerjaan seperti memprospek atau mencari calon anggota baru, presentasi kepada calon anggota baru, merekrut, mem*follow up* member baru, menjual produk, membimbing *downline*, memberikan training dan pelatihan, mengontrol jaringan, dan bisa jadi ada yang hanya berperan mirip sebagai konsultan. MLM yang tidak menerapkan sistem *passive income* di dalamnya, biasanya selalu ada kewajiban tutup point, yakni kewajiban menjual produk bagi setiap member dalam jumlah tertentu setiap bulannya.

- c. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*'

*Ighra*" adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih-lebihan. Sebenarnya *ighra*" dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yang positif, karena dengan adanya adanya *ighra*", seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras. Tanpa ada motivasi maka manusia akan cenderung bermalas-malasan, hanya saja motivasi itu tidak boleh berlebihan.

- d. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Sebagai salah satu tolok ukurnya adalah jika marketing plannya memberikan peluang kepada setiap member yang mendaftar lebih dulu pasti mendapatkan bonus yang lebih besar, maka ini adalah salah satu eksploitasi yang dilarang, kemungkinan besar MLM tersebut tidak dapat memenuhi fatwa inni sehingga belum dalam dikategorikan sebagai industri MLM syari"ah.

MLM yang tidak melakukan eksploitasi antar anggota akan memberikan peluang yang sama kepada setiap member, dan akan memberikan bonus sesuai hasil kerjanya, tidak peduli apakah dia bergabung lebih dahulu atautkah bergabung belakangan. Semua member berpeluang untuk menjadi

besar.<sup>65</sup>

Prinsip teori keadilan J.S Adam adalah bahwa orang akan merasa puas atau tidak puas, tergantung apakah ia merasakan adanya keadilan (equity) atau tidak atas suatu situasi. Perasaan equity dan inequity atas suatu situasi, diperoleh orang dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain yang sekelas, sekantor maupun tempat lain. Menurut teori ini elemen-elemen dari teori equity ada tiga, yaitu: input, out comes, dan comparison person.

1. Input; yaitu berbagai hal yang dibawa dalam kerja seperti pendidikan, pengalaman, keterampilan. Input dengan demikian berarti segala sesuatu yang berharga yang dirasakan karyawan sebagai sumbangan terhadap pekerjaan. Dalam konteks Tupperware, input bisa berupa berbagai kontribusi yang diberikan oleh anggota MLM, seperti tingkat pendidikan, pengalaman dalam penjualan, keterampilan menjual, jaringan sosial, dan upaya promosi. Misalnya, seorang agen Tupperware dengan pengalaman dan keterampilan penjualan yang tinggi akan dianggap memberikan input yang lebih besar dibandingkan dengan agen yang baru memulai.
2. Output; yaitu apa yang diperoleh dari kerja seperti gaji, fasilitas, jabatan. Output berarti segala sesuatu yang berharga, yang dirasakan karyawan sebagai “hasil” dari pekerjaannya. Output dalam sistem MLM Tupperware termasuk bonus, komisi penjualan, pengakuan, fasilitas, dan peluang promosi. Output ini harus dirasakan sebagai hasil yang sepadan dengan input yang telah diberikan oleh agen. Misalnya, agen dengan penjualan tinggi dan jaringan besar harus menerima bonus yang lebih tinggi dibandingkan agen dengan penjualan rendah.
3. Comparison person; orang lain sebagai tempat perbandingan, sebagai contoh, karyawan dengan pendidikan sama, jabatan sama tetapi gaji yang diterima berbeda. Comparison persons bisa berupa seseorang di perusahaan yang sama, atau di tempat lain, atau bisa pula dengan dirinya sendiri di waktu lampau. Individu atau karyawan akan merasa adil atau puas apabila  $A = B$  seimbang. Sedangkan individu akan merasa tidak adil jika  $A > B$ , di mana salah satu

untung.<sup>51</sup> Agen Tupperware akan membandingkan input dan output mereka dengan agen lain dalam sistem. Misalnya, seorang agen dengan pengalaman dan penjualan yang sama tetapi menerima bonus yang lebih kecil dibandingkan dengan agen lain akan merasa tidak adil. Perbandingan ini bisa dilakukan dengan rekan kerja di Tupperware atau bahkan dengan agen dari MLM lain

Untuk mencapai keadilan, Agen Tupperware akan merasa adil jika rasio antara input dan output mereka seimbang dengan rasio input-output agen lain. Jika seorang agen merasa input mereka lebih besar tetapi outputnya lebih kecil ( $A > B$ ), mereka akan merasa tidak adil. Kesenjangan ini dapat mendorong agen untuk mencari kompensasi yang lebih besar atau mengurangi usaha mereka dalam penjualan. Dengan demikian, prinsip teori keadilan J.S. Adam menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara kontribusi dan hasil yang diperoleh dalam menjaga kepuasan dan motivasi anggota MLM Tupperware.

#### **4. Analisis Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik pembagian bonus di Agen Annisa Tupperware Annisa Setia**

Di Indonesia, Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) adalah sebagai lembaga fatwa yang resmi dan sah. Selain itu, lembaga DSN MUI ini sudah diakui oleh pemerintah RI. Keterlibatan berbagai ulama dari berbagai Ormas Islam dalam mengeluarkan fatwa dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk menentukan halal haramnya sebuah bisnis yang bergerak dalam MLM (Multi Level Marketing). Fatwa DSN MUI terkait MLM adalah fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Fatwa tersebut memiliki dasar hukum yang berasal dari al-Quran.

Berdasarkan fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009, sebuah perusahaan atau industri bisnis MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila memenuhi persyaratan. Berikut analisis fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap produk pada bisnis Tupperware:

---

<sup>51</sup> Adam.



- a. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

Persyaratan ini berkaitan dengan ketentuan umum tentang akad. Dalam MLM (Multi Level Marketing), bonus ini berkaitan dengan akad Ijarah atau *Jualah* yang berdasarkan target atau prestasi kerja.

Bonus merupakan hadiah apabila seorang distributor mencapai target-target tertentu. Apalagi sudah dapat reward maka selanjutnya ada bonus-bonus yang semakin banyak yang bisa diperoleh sesuai target penjualan. Bonus Tupperware terdiri dari 4 bonus, yaitu Bonus Personal Margin, Bonus Personal Sales Volume, Bonus Personal Recruit Sales dan Bonus Team Sales. Perolehan bonus yang diberikan sudah jelas. Beberapa jenis bonus yang diberikan antara lain Bonus Personal Margin, Bonus Personal Sales Volume, Bonus Personal Recruit Sales dan Bonus Team Sales. Bonus Personal Margin diberikan 25% dari harga jual produk sebagai komisi. Bonus Personal Sales Volume akan tercapai jika personal sales mencapai Rp4 juta dalam satu bulan, Bonus Personal Recruit berjumlah sebesar 2% dihitung dari 2 Personal Sales *Consultant* yang direkrut hingga 2 (dua) level dibawahnya *Super consultant* dan Bonus Team Sales dimana Manager dan Director yang berhak menikmatinya mulai dari Rp325.000, yang dihitung berdasarkan penjualan tim mereka setiap bulan. Rina sebagai *Super consultant* di agen Tupperware Annisa Setia menjelaskan:

“Sejak awal bergabung, setiap member, termasuk saya, diberikan buku panduan yang sangat lengkap. Buku ini menjelaskan semua bonus yang bisa didapatkan, serta kriteria dan mekanismenya. Jadi saya merasa bonus yang diberikan sudah jelas”<sup>52</sup>

Erina sebagai *3 Star Manager* juga menambahkan:

“*Upline* seperti saya sebagai *3 Star Manager* itu mengenalkan Tupperware dan

---

<sup>52</sup> Rina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumnas Wekke'e, 1 Juli 2024.

menawarkan menjadi member dengan memperlihatkan bonus-bonus yang diterima. Dari awal perkenalan, kita sebagai *upline* yang ingin merekrut itu sudah menampilkan perolehan bonus yang dapat dicapai agar perolehan bonus ini selain menjadi daya tarik juga sebagai tanda bahwa bonus ini sudah jelas dari awal dan telah diatur dari pusat”<sup>53</sup>

Dengan demikian menurut hasil penelitian yang dilakukan penulis, Agen Tupperware Annisa Setia telah sesuai dengan fatwa DSN-MUI karena bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

- b. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang atau jasa.

*Passive income* adalah pendapatan yang kita peroleh atas suatu kegiatan ekonomi, namun kita tidak aktif dalam kegiatan tersebut secara langsung. Jika *passive income* ini terjadi, maka dugaan kuat yang terjadi dalam rantai MLM tersebut adalah ketidakadilan anggota, ada yang bekerja keras namun mendapatkan bonus yang minimal dan di sisi lain akan ada member yang tidak melakukan kegiatan usaha apapun tetapi memperoleh bonus yg sangat besar karena mereka telah berada pada posisi tertentu.

Dalam Tupperware, terdapat 2 bonus yang berpotensi terjadinya *passive income* yaitu : Bonus Personal Recruit Sales sebesar 2% dihitung dari 2 Personal Sales *Consultant* yang direkrut hingga 2 (dua) level dibawahnya *Super consultant* dan Bonus Team Sales dimana hanya Manager dan Director yang berhak menikmatinya mulai dari Rp325.000, yang dihitung berdasarkan penjualan tim mereka setiap bulan. Kedua bonus ini merupakan bonus yang dapat diperoleh *upline* dari penjualan *downline* mereka.

Misalnya dalam contohnya dijelaskan oleh Indarwati yang menjabat sebagai 5

---

<sup>53</sup> Erina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Jl. Calakara No.1, 4 Juli 2024.

*Star Manager:*

“Jadi dua bonus ini bisa diperoleh walaupun tanpa melakukan sama sekali penjualan pribadi. Keuntungan juga masih dapat diperoleh walaupun usaha untuk menjual. Semakin banyak *downline* melakukan penjualan dan mengembangkan jaringan mereka maka semakin banyak pula bonus yang manager peroleh”<sup>54</sup>

Hal itu tentu menjadi masalah karena manager dapat memperoleh bonus secara pasif. Dari hasil wawancara Indarwati menambahkan bahwa *upline* tetap melakukan pembinaan walaupun tidak aktif dalam penjualan.

“Ada banyak pembinaan yang dilakukan, salah satu contohnya itu di Agen Tupperware kita ada namanya Tupperware Party. Tupperware Party ini acara untuk mendemostrasikan produk kepada konsumen dengan menjelaskan keunggulan serta kegunaan dari produk. Jadi biasanya kita ada jadwal, ada sebagian yang melakukan demo produk di sekolah atau ada yang di kantor tertentu. Di kegiatan Tupperware Party inilah dimana kita *upline* terjun langsung mendemostrasikan produk bersama *downline* sekaligus juga melakukan pembinaan dan bonding., ”

Selain Tupperware Party, Indarwati juga menambahkan kegiatan seperti Training Motivasional yang merupakan pelatihan untuk membangkitkan motivasi dan semangat *downline* dengan cara memberi pelatihan motivasi yang dibawahkan oleh *trainer* yang berpengalaman. Kegiatan lain seperti New Dealer Acivity ada untuk menarik dan memicu semangat member agar semakin aktif dengan mengikuti Training New Dealer Orientation Program (NDOP).

Menurut Indarwati selaku *upline*, pembinaan-pembinaan ini merupakan suatu keharusan karena ketika *downline* sukses melakukan penjualan maka keuntungan akan jatuh ke member *upline*. Jadi *upline* harus selalu aktif dalam membina. Namun saat ini, tidak ada aturan resmi dari Tupperware yang mewajibkan *upline* untuk melakukan pembinaan. Meskipun banyak *upline* yang secara sukarela membina *downline* mereka, hal ini tidak diatur secara formal oleh perusahaan.

---

<sup>54</sup> Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024.

Dapat disimpulkan bahwa meskipun pembinaan oleh *upline* dianggap penting untuk kesuksesan *downline* dan keuntungan bersama, saat ini Tupperware belum memiliki aturan resmi yang mewajibkan *upline* untuk melakukan pembinaan. Akibatnya, meskipun banyak *upline* yang secara sukarela membina *downline* mereka, tidak ada kewajiban formal yang memastikan hal ini dilakukan secara konsisten oleh semua *upline*.

- c. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*

*Ighra* adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebihan. Rina sebagai *downline* menjelaskan :

“Menurut saya dalam prakteknya Tupperware ini tidak memberikan iming-iming atau janji manis dalam pembagian bonusnya. Semua bonus yang diberikan dan kriterianya masih dalam tahap wajar. Saya merasa ini lebih seperti motivasi, adanya ketetapan-ketetapan bonus itu mendorong kita agar bekerja lebih keras.”<sup>55</sup>

Indarwati sebagai *Upline* juga menambahkan :

“Bonus-bonus di tupperware itu sangat realistis, tidak ada namanya iming-iming yang berlebihan atau janji-janji manis. Bonus yang dijanjikan itu selalu sesuai dengan seberapa keras kita bekerja. Bagi *upline*, kita bekerja keras melakukan pembinaan bagi adik-adik dibawah. Begitupun juga dengan *downline* yang bekerja keras agar dapat memenuhi persyaratan bonus”<sup>56</sup>

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa janji bonus yang diberikan di Tupperware masih dalam kisaran yang sewajarnya. Member Tupperware juga menilai bahwa Bonus yang dijanjikan itu lebih seperti motivasi agar kita bekerja lebih keras.

Dengan demikian bisnis Tupperware telah sesuai dengan fatwa karena telah memberikan komisi atau bonus yang tidak menimbulkan *ighra* dan pada batas

<sup>55</sup> Rina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumnas Wekke’e, 1 Juli 2024.

<sup>56</sup> Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024.

kewajaran.

- d. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota yang berikutnya.

MLM sesuai fatwa tidak melakukan eskploitasi, antar anggota akan memberikan peluang yang sama kepada setiap member, dan akan memberikan bonus sesuai hasil kerjanya, tidak peduli apakah dia bergabung lebih dahulu atautkah bergabung belakangan. Semua member berpeluang untuk menjadi besar.

Dalam Agen Tupperware Annisa Setia sendiri, peluang untuk mendapatkan bonus tidak berdasarkan siapa yang lebih dulu bergabung. Dalam wawancara, Erina sebagai *3 Star Manager* mengungkapkan:

“Tidak ada pilih kasih bagi member yang pertama atau terakhir mendaftar. Di Tupperware itu sudah jelas ketetapan dan persyaratan untuk naik ke jenjang karir berikutnya. Mau kalian bergabung pertama atau bergabung lebih lambat semua punya peluang asalkan bisa memenuhi persyaratan. Misalnya untuk naik ke level Manager itu, sudah diatur persyaratan harus memiliki 3 personal recruit, juga harus mencapai total team sales sebanyak 30 Juta. Nah kalo anggota yang baru masuk bisa mencapai hal ini, maka bisa saja dia naik ke jenjang karir yang lebih tinggi dengan waktu yang singkat”<sup>57</sup>

Rina sebagai Super Consulant juga menganggap bahwa pembagian bonus yang dilakukan sudah adil:

“Menurut saya pembagiannya itu sudah adil karena ada transparansi dan kejelasan bonusnya. Presentasinya juga sudah ditentukan dan peluang naik jenjang karirnya terbuka luas. Walaupun kadang memang ada rasa tidak adil, karena *downline* itu kadang bekerja lebih banyak dari *upline* yang hanya menerima bonus penjualan kita. Tapi *upline* ini sudah melakukan penjualan yang lebih besar dan sudah merasakan juga menjadi *downline*. Jadi tugas yang dipikul *upline* ini memang sudah lebih ringan dan lebih fokus untuk melakukan pembinaan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang memberi keuntungan untuk jaringan penjualan agen Tupperware kita.”<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Erina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Jl. Calakara No.1, 4 Juli 2024.

<sup>58</sup> Rina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, *Wawancara* di Perumnas Wekke’e, 1 Juli 2024.

Anggota *upline* memang bisa melakukan penjualan yang lebih sedikit, namun dalam hasil penelitian penulis anggota *upline* di Agen Tupperware Annisa Setia tidak hanya aktif dalam membina namun juga aktif dalam melakukan penjualan pribadi dan tidak menerima bonus secara pasif.

Dari wawancara diatas, bisa disimpulkan bahwa tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan yang terjadi dalam praktek pembagian bonus di Agen Tupperware Annisa Setia kota Parepare. Praktek yang dilakukan telah sesuai fatwa dimana anggota pertama tidak mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibanding anggota yang daftar belakangan, namun semua anggota mendapatkan peluang yang sama.

Dalam prakteknya, pembagian bonus di Tupperware dapat dianalisis dengan menggunakan konsep teori *ju'alah* dalam fiqh Islam. Teori *ju'alah* memiliki empat rukun yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu akad, termasuk dalam konteks pembagian bonus ini.

Pertama, kedua belah pihak yang terlibat harus memahami dan menyetujui syarat-syarat yang dijanjikan, yang dalam hal ini adalah perusahaan Tupperware sebagai pemberi *ju'alah* dan para distributor sebagai penerima. Ini memastikan bahwa semua pihak terlibat memiliki kesepahaman yang jelas tentang imbalan yang akan diterima berdasarkan pekerjaan yang dilakukan. Kedua, teori *ju'alah* mensyaratkan adanya ucapan yang menegaskan kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam praktek pembagian bonus Tupperware, syarat ini terpenuhi melalui buku panduan yang diberikan secara awal dan komunikasi yang jelas seperti adanya pembinaan dan pelatihan tentang target penjualan yang harus dicapai untuk memenuhi syarat bonus. Ucapan ini berfungsi sebagai bukti kesepakatan yang mengikat baik pemberi maupun penerima bonus. Ketiga, teori *ju'alah* menuntut adanya pekerjaan yang harus dilakukan oleh penerima bonus,. Pekerjaan ini mencakup berbagai aktivitas seperti penjualan produk, pelatihan, dan pengembangan jaringan pemasaran. Upaya ini diukur dan dinilai untuk menentukan apakah syarat-syarat yang ditetapkan untuk bonus telah terpenuhi.

Terakhir, upah atau imbalan yang ditawarkan oleh Tupperware sebagai pemberi *ju'alah* merupakan kompensasi atas pekerjaan yang telah dilakukan oleh distributor.

Dengan mematuhi keempat rukun *ju'alah* ini, agen Tupperware Annisa Setia telah memastikan bahwa praktik pembagian bonus mereka berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan ketentuan dalam *fiqh* Islam. Oleh karena itu, dari perspektif teori *ju'alah*, praktik ini dapat dianggap sah dan etis, memberikan insentif yang adil dan transparan bagi para member Tupperware.

Praktik pembagian bonus di Tupperware dapat dianalisis melalui perspektif teori *gharar*, yang dalam *fiqh* Islam melarang segala bentuk ketidakpastian atau spekulasi yang dapat merugikan salah satu pihak. Dalam konteks Tupperware, perusahaan memberikan insentif berupa bonus kepada member yang mencapai target penjualan tertentu. Hal ini dilakukan dengan transparansi mengenai syarat dan ketentuan bonus yang ditawarkan, sehingga menghindari unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam transaksi.

Untuk menghindari *gharar* yang dilarang, seperti jual beli barang yang tidak ada atau barang yang belum jelas, Tupperware memastikan bahwa bonus yang dijanjikan adalah konkret dan spesifik. Misalnya, bonus individu dan tim diumumkan secara rinci sebelum member memulai usaha penjualan mereka. Hal ini menghilangkan ketidakpastian mengenai imbalan yang akan diterima oleh member, sehingga mereka dapat bekerja dengan pemahaman yang jelas tentang apa yang mereka harapkan sebagai hasil dari upaya mereka. Dengan demikian, unsur *gharar* dalam bentuk barang yang belum jelas atau tidak ada dapat dihindari.

Selain itu, Tupperware memastikan bahwa bonus yang ditawarkan mampu diserahkan. Bonus yang dijanjikan selalu berada dalam kapasitas yang bisa diberikan oleh perusahaan dan telah dipersiapkan dengan baik. Hal ini memastikan bahwa member tidak menghadapi risiko menerima bonus yang tidak dapat diserahkan, yang juga merupakan bentuk *gharar* yang dilarang.

Dengan menjaga transparansi dan kepastian dalam pemberian bonus,

Tupperware menjalankan praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh Islam, khususnya dalam menghindari unsur *gharar*.

Praktik pembagian bonus di Tupperware dapat dianalisis melalui perspektif teori keadilan John Stacey Adam, khususnya teori *equity* yang mencakup tiga elemen dasar: *input*, *output*, dan *comparison person*. Dalam konteks ini, *input* merujuk pada usaha, waktu, dan sumber daya yang dikeluarkan oleh member Tupperware untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan. Member diharuskan menginvestasikan banyak waktu untuk memasarkan produk, melakukan presentasi, dan membangun jaringan pelanggan.

*Output* dalam teori *equity* merujuk pada imbalan atau hasil yang diterima oleh member sebagai kompensasi atas input yang mereka berikan. Di Tupperware, *output* ini berupa bonus atau insentif lainnya. Perusahaan berusaha memastikan bahwa *output* yang diterima oleh member sebanding dengan *input* yang mereka berikan, sehingga tercipta rasa keadilan dan kepuasan di kalangan member. Transparansi mengenai target yang harus dicapai dan bonus yang akan diterima membantu member merasa bahwa usaha mereka dihargai dengan adil. *Comparison person*, elemen ketiga dalam teori *equity*, adalah individu atau kelompok yang digunakan oleh distributor sebagai referensi untuk menilai keadilan dari output yang mereka terima.

Di Tupperware, member membandingkan bonus yang mereka terima dengan bonus yang diterima oleh member lain dengan tingkat usaha yang sama. Dalam prakteknya, *downline* dan *upline* sama-sama melakukan penjualan individu dan tim. Meskipun terdapat beberapa bonus yang lebih menguntungkan *upline*, pada kenyataannya hal ini dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh *downline*. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa *upline* bertanggung jawab untuk melaksanakan pelatihan dan pembinaan bagi anggota baru. Dengan peran aktif mereka dalam mendukung dan membimbing anggota tim, bonus yang mereka terima tidak dapat dianggap sebagai bonus pasif, melainkan sebagai kompensasi yang layak untuk kontribusi mereka dalam pengembangan tim.





**BAB V**  
**PENUTUP**

## A. Simpulan

Setelah melalui proses panjang akhirnya peneliti sampai pada penghujung pembahasan yang mungkin masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam memandang sebuah masalah perspektif pengetahuan peneliti yang benar-benar masih jauh dari apa yang diharapkan. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

Pembagian bonus dalam sistem pemasaran Tupperware merupakan salah satu bentuk apresiasi perusahaan kepada para member yang telah mencapai target penjualan tertentu. Beberapa jenis bonus yang diberikan antara lain Bonus Personal Margin, Bonus Personal Sales Volume, Bonus Personal Recruit Sales dan Bonus Team Sales. Bonus Personal Margin diberikan 25% dari harga jual produk sebagai komisi. Bonus Personal Sales Volume akan tercapai jika personal sales mencapai Rp4 juta dalam satu bulan, Bonus Personal Recruit berjumlah sebesar 2% dihitung dari 2 Personal Sales *Consultant* yang direkrut hingga 2 (dua) level dibawahnya *Super consultant* dan Bonus Team Sales dimana Manager dan Director yang berhak menikmatinya mulai dari Rp325.000, yang dihitung berdasarkan penjualan tim mereka setiap bulan. Praktik pembagian bonus ini telah memenuhi rukun akad *ju'alah*, yang meliputi kedua belah pihak yang berakad (Perusahaan Tupperware sebagai *ja'il* dan memernya sebagai *maj'ullah*), ucapan atau *sighat* (bentuk ijab kabul yang diucapkan dianalogikan dengan adanya kode etik yang dibuat perusahaan Tupperware), pekerjaan yang dijanjikan (penjualan dan perekrutan), dan upah atau *iwadh* (bonus yang dijanjikan).

Tiga dari empat poin pembagian bonus sesuai dengan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009, menunjukkan praktik yang sebagian besar memenuhi standar syariah. Poin-poin tersebut meliputi, pertama, bonus harus jelas; kedua, tidak ada bonus pasif tanpa melakukan pembinaan; ketiga, tidak menimbulkan *ighra*; dan keempat, tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Namun, ditemukan ketidaksesuaian pada poin bonus pasif

yang melanggar ketentuan fatwa tersebut karena adanya praktik pembagian bonus tanpa kontribusi aktif dari anggota.

### **B. Saran**

Penulis berharap adanya penelitian ini tidak berhenti sampai sini saja, tetapi dapat menjadikan referensi pengetahuan kepada peneliti selanjutnya agar lebih berkembang lagi dalam meneliti sebuah bisnis berlabel MLM, sebab bisnis MLM semakin hari semakin berkembang luas dan pemerintah telah mengatur tentang regulasi tentang bisnis berbentuk Multi Level Marketing.

Masyarakat seharusnya lebih waspada atau berhati-hati dalam memilih bisnis MLM. Sehingga tidak terperangkap dalam bisnis yang menyerupai layaknya bisnis MLM, padahal didalamnya terdapat penyimpangan-penyimpangan nilai syariah yang terdapat dalam Fatwa DSN MUI NO 75/ DSN–MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Dengan adanya peraturan bisnis MLM yang terdapat pada Fatwa DSN MUI NO 75/ DSN–MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, diharapkan masyarakat dapat melaksanakan bisnis tersebut sesuai peraturan pemerintah yang telah sesuai dengan nilai-nilai syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya

Adam, J.S. "Towards an understanding of inequity." *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67, no. 5 (1963): 422–36.

Adam, Panji. *Fiqh Mu'amalah Maliyah*. Bandung: PT. Refika Aditama, n.d.

Al-Zu'bi, dan Hasan Ali. "Study of Relationship between Organizational Justice and Job Satisfaction." *International journal of Business and management* 5 (12) (2010): 102–9.

Andriani, Andriani. "Analisis pemberian bonus pada stem multi level marketing syariah produk PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI): studi kasus pada Business Center HPAI Mataram." UIN Mataram, 2020.

Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.

Arifin, Sirajul. "Gharar dan risiko dalam transaksi keuangan." *TSAQAFAH* 6, no. 2 (2010): 224–312.

Aurier, Philippe, dan Beatrice. "Perceived justice and consumption experience evaluation." *International Journal of Service Industry Management* 18(5) (2007): 45–71.

Azhari, Fathurrahma. *QAWAID FIQHIIYAH MUAMALAH*. Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU) B, 2015.

Azifah, Azifatul. "Tinjauan Fatwa DSN MUI Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame." IAIN Ponorogo, 2021.

Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*. Amzah, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=P8fwjwEACAAJ>.

Colquitt, dan Jason A. "On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure." *Journal of Applied Psychology* 86 (2001): 386–400.

Dae-seok, Kang. "Perceived organizational justice as a predictor of employees' motivation to participate in training." *Research and Practice in Human Resource Management* 15 (2007): 89–107.

Erina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, Wawancara di Jl. Calakara No.1, 4 Juli 2024, n.d.

Fatwa Nomor: 75/DSN-MUI/VII/2009 (n.d.).

Ghazali, Abdul Moqsith, Ahmad Suaedy, Asep Saepudin Jahar, Endang Mintarja,

Hengki Ferdiansyah, Imam Nakha'i, Latief Awaludin, et al. *Moderatisme Fatwa Diskursus, Teori dan Praktik*. Banten: International Center for Islam and Pluralism (ICIP), 2018.

*Handbook Tupperware*, n.d.

Hosen, Muhammad Nadraturzaman. "Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi." *Al-Iqtishad Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2009).

Indarwati, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, Wawancara di Perumahan Pondok Indah Soreang, 1 Juli 2024, n.d.

Irwati, Anik, dan Sandra. "Pengaruh Stres Kerja, Motivasi Kerja, Kompensasi, terhadap Kinerja Karyawan dengan Lama Berkreja sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Lampung : Institut Infomatika dan Bisnis Darmajaya*. 11 (1) (2018).

Kemenag. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

Mardani, Dr. *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenada Media, 2015.

Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020).

Muchtar, Evan Hamzah. "MUAMALAH TERLARANG : MAYSIR DAN GHARAR." *Asy-Syukriyyah* 18 (2017): 82–100.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36769/asy.v18i1.73>.

Najamuddin. "Transaksi Gharar Dalam Muamalat Kontemporer." *Jurnal Syariah* 2 (2014): 27–30.

Nurhayati, Sri. *Akuntansi Syariah di Indonesia, edisi 5*. Penerbit Salemba, 2023.

Nuril, Chafidoh. "Tinjauan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjangk Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk Tupperware Di Agen" Alfin Tuppy" Jombang." IAIN Ponorogo, 2020.

Poluan, Alfian, dan Bernhard Tewel. *Keadilan dalam Organisasi*. Manado: Unsrat Press, 2021.

Prilla Kurnia Ningsih. *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers, 2021.

Prof. Dr. H. Abdul Rahman Ghazaly, M A. *Fiqh Munakahat*. Kencana, 2019.  
<https://books.google.co.id/books?id=hkC2DwAAQBAJ>.

Pudjiraharjo, dan Nur Faizin. *Fikih Muamalah Eknomi Syariah*. Malang: UB Press,

- 2019.
- Purnomo, Agus. *Dinamika Fatwa dalam Hukum Positif*. Malang: Inara Publisher, 2020.
- Rahman, Muh Fudhail. “Hakekat dan Batasan-Batasan Gharar Dalam Transaksi Maliyah.” *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 5, no. 3 (2018): 255–78.
- Rina, member Agen Tupperware Annisa Setia Parepare, Wawancara di Perumnas Wekke’e, 1 Juli 2024, n.d.
- Rusyd, Ibnu, Imam Ghazali Said, Achmad Zaidun, dan A Asrori. “Bidayatul mujtahid: analisa fiqih para mujtahid,” 2007.
- Safwan, Safwan. “Multi Level Marketing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi, dan Perbankan* 3, no. 1 (2019): 94–115.
- Sinegar, Hariman Surya, dan Koko Khoerudin. *Fikih Muamalah : Teori dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Syaikhu, Ariyadi, dan Norwili. *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Taqiyuddin, Hafidz. “Konsep Islam Tentang Keadilan.” *Aqlania: Jurnal Filsafat Dan Teologi Islam* 10, no. 2 (2019): 157–70.
- “Tentang Kami.” Diakses 24 Februari 2024. <https://www.tupperware.co.id/tentang-kami>.
- Wahid, Muhammad Luqman, dan Ni’ami Mutimatun. “Analisis Bisnis Multilevel Marketing Perusahaan Herbalife Nutrition Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS.” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2019.
- Widyakso, Rendra. “Konsep Keadilan Menurut Al-Qur’an,” 2019. <https://badilag.mahkamahagung.go.id/artikel/publikasi/artikel/konsep-keadilan-menurut-al-qur-an-rendra-widyakso-sh-12-7>.
- Wulandari, Sonia Resti. “Efektivitas multi level marketing dalam memasarkan produk.” *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi dan Perpustakaan* 5, no. 2 (2020).



# LAMPIRAN

PAREPARE



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-1319/In.39/FSIH.02/PP.00.9/06/2024

13 Juni 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di

KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: ARIFAH ALIAH SALEH
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 11 Maret 2002
NIM	: 2020203874234027
Fakultas / Program Studi	: Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JL. JEND. SUDIRMAN NO.178A, KEC. BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"TINJAUAN FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP PEMBAGIAN BONUS PADA BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS AGEN TUPPERWARE ANNISA SETIA PAREPARE)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 13 Juni 2024 sampai dengan tanggal 29 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dekan,



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.  
NIP 197609012006042001





SRN IP0000535

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : djpmptsp@pareparekota.go.id*

**REKOMENDASI PENELITIAN**

**Nomor : 534/IP/DPM-PTSP/6/2024**

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
  3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**M E N G I Z I N K A N**

KEPADA

NAMA : **ARIFAH ALIAH SALEH**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan : **HUKUM EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. JEND. SUDIRMAN NO. 178 A PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **TINJAUAN FATWA NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP PEMBAGIAN BONUS PADA BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS AGEN TUPPERWARE ANNISA SETIA PAREPARE)**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE (PERUMAHAN PONDOK INDAH)**

LAMA PENELITIAN : **27 Juni 2024 s.d 29 Juli 2024**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
 Pada Tanggal : **28 Juni 2024**

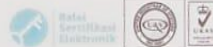
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KOTA PAREPARE**



**Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM**  
 Pembina Tk. 1 (IV/b)  
 NIP. 19741013 200604 2 019

**Biaya : Rp. 0.00**

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPPTSP Kota Parepare (scan QRCode)





PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE  
KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Parepare, Telepon (0421) 25694, Kode Pos 91131  
Email : [soreangkecamatan@gmail.com](mailto:soreangkecamatan@gmail.com), Website : [soreang.pareparekota.go.id](http://soreang.pareparekota.go.id)

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**  
Nomor : 873.3/ 27 /KCS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **FATIMAH. K, ST**  
Nip : 19760217 201101 2 002  
Jabatan : Kasubag Administrasi Umum dan Kepegawaian

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswi yang tersebut di bawah ini :

Nama : **ARIFAH ALIAH SALEH**  
Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Jend. Sudirman No. 178 A, Kec. Bacukiki Barat, Kota Parepare

Telah selesai melakukan penelitian di **KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE (PERUMAHAN PONDOK INDAH)**. Selama terhitung mulai tanggal 13 Juni 2024 s/d 29 Juli 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis Penelitian yang berjudul :**"TINJAUAN FATWA NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP PEMBAGIAN BONUS PADA BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS AGEN TUPPERWARE ANNISA SETIA PAREPARE)"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Ani. CAMAT SOREANG,  
Kasubag Adm. Umum & Kepegawaian  
  
**FATIMAH, K, ST**  
Penata Tk. I, III/d  
N I P. 19760217 201101 2 002

**Tembusan :**

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare;
3. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare;
4. Arsip.



مَجْلِسُ الشَّرِيْعَةِ الْإِسْلَامِيَّةِ

DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI

National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

Sekretariat : Gedung MUI Lt.3 Jl. Proklamasi No. 51 Menteng - Jakarta 10320

Telp. (021) 392 4667 Fax: (021) 391 8917

FATWA  
DEWAN SYARIAH NASIONAL  
No : 75/DSN MUI/VII/2009

Tentang

PEDOMAN  
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)

التسويق الشبكي الإسلامي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) setelah:

- Menimbang :
- bahwa metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk di dalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) telah dipraktikkan oleh masyarakat;
  - bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir a telah berkembang sedemikian rupa dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah;
  - bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir a dapat berpotensi merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan;
  - bahwa agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS), DSN-MUI perlu menetapkan Fatwa tentang Pedoman PLBS.

Mengingat :

- Firman Allah s.w.t., antara lain:

- QS. al-Nisa' [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ...

"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku sukarela di antaramu..."

b. QS. al-Ma'idah [5]: 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ...

"Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu..."

c. QS. al-Ma'idah [5]: 2:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى...

"...dan tolong menolonglah kalian dalam (mengerjakan) kebajikan..."

d. QS. al-Muthaffifin [8]: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi."

e. QS. al-Baqarah [2]: 198:

...لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ...

"...Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu..."

f. QS. al-Baqarah [2]: 275

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

"... Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

g. QS. al-Baqarah [2]: 279

...لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

"... Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan tidak boleh dizalimi orang lain."

h. QS. al-Ma'idah [5]: 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

"Hai orang yang beriman! Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan

mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan keji, perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”

2. Hadis Nabi s.a.w.; antara lain:

a. Hadis Nabi:

...الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالَ لَا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا  
(رواه الترمذي عن عمرو بن عوف).

“...Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram,” (HR Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf).

b. Hadis Nabi:

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ (رواه ابن ماجه والدارقطني وغيرهما عن أبي سعيد  
الخدري)

“Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain,” (HR. Ibnu Majah, Daraquthni, dan yang lain dari Abu Sa’id al-Khudri).

c. Hadis Qudsi riwayat Abu Dawud dari Abu Hurairah, Rasulullah s.a.w. berkata:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَتَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ  
فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا (رواه ابو داود عن أبي  
هريرة)

“Allah s.w.t. berfirman: ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka,” (HR Abu Dawud, yang dishahihkan oleh al Hakim, dari Abu Hurairah).

d. Hadis Nabi :

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْعَرَرِ  
(رواه الخمسة عن أبي هريرة)

Nabi s.a.w. melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli gharar, (HR. Khomsah dari Abu Hurairah).

e. Hadis Nabi :

b. Kaidah Fikih:

الأخْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ.

“Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)”

- Memperhatikan :
1. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang;
  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/M-DAG/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 perundang-undangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.

b. Kaidah Fikih:

الْأَجْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ.

“Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)”

- Memperhatikan :
1. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang;
  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/M-DAG/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 perundang-undangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.

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 kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
10. *Excessive mark-up* adalah batas margin 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**

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
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*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, *maksiat*;
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
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;

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;
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'*;
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan 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 Ujrah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* 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/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah*.
5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

**Keempat**

**: Ketentuan Penutup**

1. Jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan sesuai prinsip syariah.

2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 3 Sya'ban 1430 H  
25 Juli 2009 M

**DEWAN SYARIAH NASIONAL  
MAJELIS ULAMA INDONESIA**

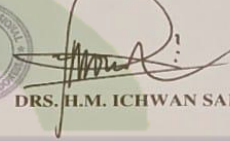
Ketua,



**DR. K.H. M.A. SAHAL MAHFUDH**



Sekretaris,



**DRS. H.M. ICHWAN SAM**



**PAPERARE**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN  
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : ARIFAH ALIAH SALEH  
NIM : 2020203874234027  
FAKULTAS : SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM  
PRODI : HUKUM EKONOMI SYARIAH  
JUDUL : TINJAUAN FATWA NO 75/DSN-MUI/VII/2009  
TERHADAP PEMBAGIAN BONUS PADA  
BISNIS MULTI LEVEL MARKETING PRODUK  
TUPPERWARE (STUDI KASUS AGEN  
TUPPERWARE ANNISA SETIA PAREPARE)

**PEDOMAN WAWANCARA**

**Wawancara untuk Manajer Agen Tupperware Annisa Setia**

1. Bagaimana operasional di awal apabila kita ingin bergabung menjadi member agen Tupperware Annisa Setia?
2. Bagaimana pembagian bonus yang didapat oleh manajer Agen Tupperware?
3. Bagaimana pembinaan yang dilakukan terhadap member *downline*?
4. Bagaimana Anda memastikan sistem pembagian bonus di Tupperware sudah adil?

**PAREPARE**


**Wawancara untuk personal consultant/member agen Tupperware Annisa Setia**

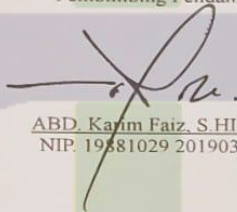
1. Bagaimana pembagian bonus yang didapat oleh personal consultant/member agen Tupperware?
2. Seberapa transparan informasi tentang kriteria dan mekanisme pembagian bonus yang diberikan oleh *upline* atau perusahaan?
3. Bagaimana Anda menilai keadilan dalam sistem pembagian bonus di Tupperware?

Mengetahui,-

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. Fikri, S.Ag., M.H.I  
NIP. 197401110 200604 1 008

  
ABD. Karim Faiz, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19881029 201903 1 007

  
**PAREPARE**

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: **INDARWATY. RASYID. SE**

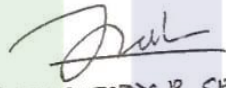
Pekerjaan: **WIRASWASTA**

Alamat: **JL. SAPTA MARGA BLOK B NO. 4 (PIS)**

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Arifah Aliah Saleh yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware(Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 01 Juli 2024

  
(INDARWATY. R. SE)

**PAREPARE**

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **RINA**

Pekerjaan : **WIRASWASTA**

Alamat : **PERUMNAS WEKKE'E BLOK H NO.188**

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Arifah Aliah Saleh yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware(Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

1 Juli  
Parepare, 2024

*Rina*  
(.....)

PAREPARE

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: ERLINA


Pekerjaan: PEDEGAN

Alamat: JL. CAUAKARA 110-01 PAREPARE

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Arifah Aliyah Saleh yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware(Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)”.

Berdasarkan surat keterangan ini di berikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Juli 2024

  
(.....)

**PAREPARE**

## DOKUMENTASI

### Wawancara dengan Member Agen Tupperware Annisa Setia



Wawancara dengan Ibu Indarwati pada tanggal 1 Juli 2024



Wawancara dengan Saudari Rina pada tanggal 1 Juli 2024





Wawancara dengan Ibu Erina pada tanggal 4 Juli 2024



## BIOGRAFI PENULIS



**Arifah Aliah Saleh.** Lahir di Parepare pada tanggal 11 Maret 2002 dan sekarang bertempat tinggal di Kelurahan Bumi Harapan, Kecamatan Bacukiki Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Muhammad Saleh dan Ibu Nurjannah. Penulis memulai pendidikannya pertama kali di TK Islamic Centre pada tahun 2007-2008. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Parepare pada tahun 2008-2014. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Parepare tahun 2014-2017. Setelah selesai menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMK) di SMAN 1 Parepare pada tahun 2017-2020. Setelah lulus menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas, penulis melanjutkan studi Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare. Penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)”

PAREPARE