

**EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
(Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)**



Oleh

NURMIANTI
NIM. 13.2200.085

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
(Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)**



Oleh
NURMIANTI
NIM. 13.2200.085

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

**EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
(Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun
2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang
Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202
Parepare)

Nama Mahasiswa : Nurmianti

NIM : 13.2200.085

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

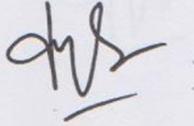
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No.
B.40/Sti.08/PP.00.01/01/2017

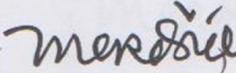
Tanggal Persetujuan : 13 Januari 2018

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Rahmawati, M.Ag.

NP : 19760901 200604 2 001 ()

Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam Madjid, M.Pd.

NP : 19740329 200212 1 001 ()

Mengetahui:

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI

NIP. 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)
(STUDI PADA TIENS STOKIS 202 PAREPARE)

Disusun dan diajukan oleh

NURMIANTI
NIM. 13.2200.085

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 19 Maret 2018 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Rahmawati, M.Ag.

NIP : 19760901 200604 2 001

Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam Madjid, M.Pd.

NIP : 19740329 200212 1 001



Shamad Sultra. Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

Ketua Jurusan Syariah
dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI
NIP. 19730627 2003121 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Nurmianti

Judul Skripsi : Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)

Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.085

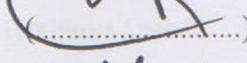
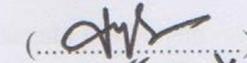
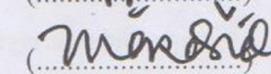
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No. B.40/Sti.08/PP.00.01/01/2017

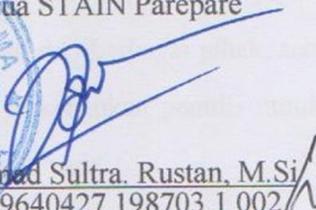
Tanggal Kelulusan : 19 Maret 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. K.H. M. Yunus Samad, Lc., M.A.	Ketua	
Dr. Hannani, M.Ag.	Sekretaris	
Dr. Rahmawati, M.Ag.	Anggota	
Dr. Arqam Madjid, M.Pd.	Anggota	

Mengetahui,

Ketua STAIN Parepare

Dr. Ahmad Sultra. Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula penulis kirimkan salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda H. Kamaruddin Massewa dan Ibunda Hj. Nurbaya Abbas Sikki yang merupakan kedua orang tua penulis yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih atas dukungannya, baik berupa moril maupun materil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.

Selain itu, penulis ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag., selaku pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada saya serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam penyelesaian studi peneliti, dan Bapak Dr. Arqam Madjid, M.Pd., selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasinya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis juga mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat

selesai tepat waktu. Untuk itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, M.HI, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Aris, S.Ag., M.HI. selaku Penanggung Jawab Program Studi Hukum Ekonomi Islam/*Muamalah*.
4. Seluruh bapak dan ibu dosen pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studinya.
5. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan STAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
6. Kepala sekolah, guru, dan staf Sekolah Dasar Negeri (SDN) 56 Parepare, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 10 Parepare, dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Model Parepare tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
7. Kepada seluruh masyarakat dan penanggung jawab serta member (distributor) Tiens Stokis 202 Parepare yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi saya.
8. Saudara-saudara ku Hj. Musni dan Sulfiani yang terus menyemangati agar skripsi ini cepat selesai.
9. Sahabat-sahabat Desy Arum Sunarta S.H., Annur Ramadhani S.H., Hasnia H S.H., Alwi Bahari S.H., Darmawansyah, Syafruddin, Hidayah Sultan S.E.,

Iqbal S.H., Juwita S.H., Marzeliyani Tahir, Hilma Mustamin S.Pd., Sulpiani, Senpai dan Khensi Perkemi Dojo STAIN Parepare yang selalu menyemangati, dan selalu memberikan motivasi-motivasinya selama ini. Terimakasih karna selalu bersama.

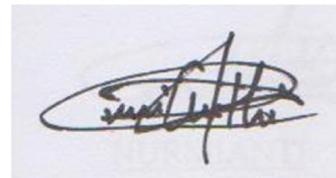
10. Teman-teman seperjuangan KKN dan PPL dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Amin

Parepare, 10 Januari 2018

Penulis



NURMIANTI
NIM. 13.2200.085

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

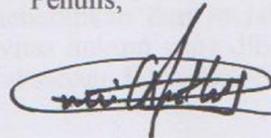
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NURMIANTI
NIM : 13.2200.085
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 26 Februari 1995
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang
Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi
pada Tiens Stokis 202 Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila 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, 10 Januari 2018

Penulis,



NURMIANTI
NIM. 13.2200.085

ABSTRAK

Nurmianti. Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokist 202 Parepare) (dibimbing oleh Rahmawati dan Arqam Madjid)

Bisnis penjualan langsung berjenjang, khususnya Tiens Stokis 202 Parepare nampak menyalahi ketentuan dalam fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 dan kebanyakan masyarakat yang langsung terjun menekuni bisnis penjualan langsung berjenjang / MLM ini belum mengetahui sepenuhnya tentang fatwa tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa isi fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 terhadap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Kemudian pelaksanaan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 pada Tiens Stokis 202 Parepare. Serta mengenai ketentuan hukum fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 terhadap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Tiens Stokis 202 Parepare.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tersebut terdapat 12 ketentuan umum, ketentuan hukum dan ketentuan akad yang menjelaskan tentang penjualan langsung berjenjang syariah. Bahwa pemasaran baik dari pengertian sempit maupun luas secara keseluruhan memiliki tujuan yang sama yaitu membuat pasar/konsumen tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu panjang agar tercipta suatu siklus hubungan yang kontinyu dan harmonis antara perusahaan dan pansa pasarnya.

Dilihat dalam pemenuhan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 terhadap bisnis di Tiens Stokis 202 Parepare sudah dapat dikatakan efektif karena telah memenuhi ketentuan yang berlaku sebagaimana yang telah ditentukan dalam fatwa tersebut. Melalui penerapan faktor-faktor terhadap fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, maka akan diperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan dalam pembentukan fatwa tergantung bagaimana cara para distributor dalam menerapkan dan melaksanakan fatwa tersebut. Dapat ditarik kesimpulan bahwa efektivitas hukum yang dibelakukan pada Tiens Stokis 202 Parepare telah sesuai dengan pelaksanaan fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009.

Kata Kunci: DSN MUI, fatwa No. 75 Tahun 2009, Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Tiens Stokist 202 Parepare.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis.....	9

2.2.1	Teori Efektivitas.....	9
2.2.2	Teori Efektivitas Hukum.....	12
2.2.3	Teori Pemberlakuan Hukum Islam	14
2.3	Tinjauan Konseptual.....	31
2.4	Bagan Kerangka Pikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3	Fokus Penelitian.....	35
3.4	Jenis dan Sumber Data yang digunakan.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Sejarah Perkembangan Tiens Di Indonesia	41
4.2	Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).....	45
4.3	Pelaksanaan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Tiens Stokis 202 Parepare.....	54
4.4	Efektivitas Hukum dalam Pelaksanaan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 pada Tiens Stokis 202 Parepare	88

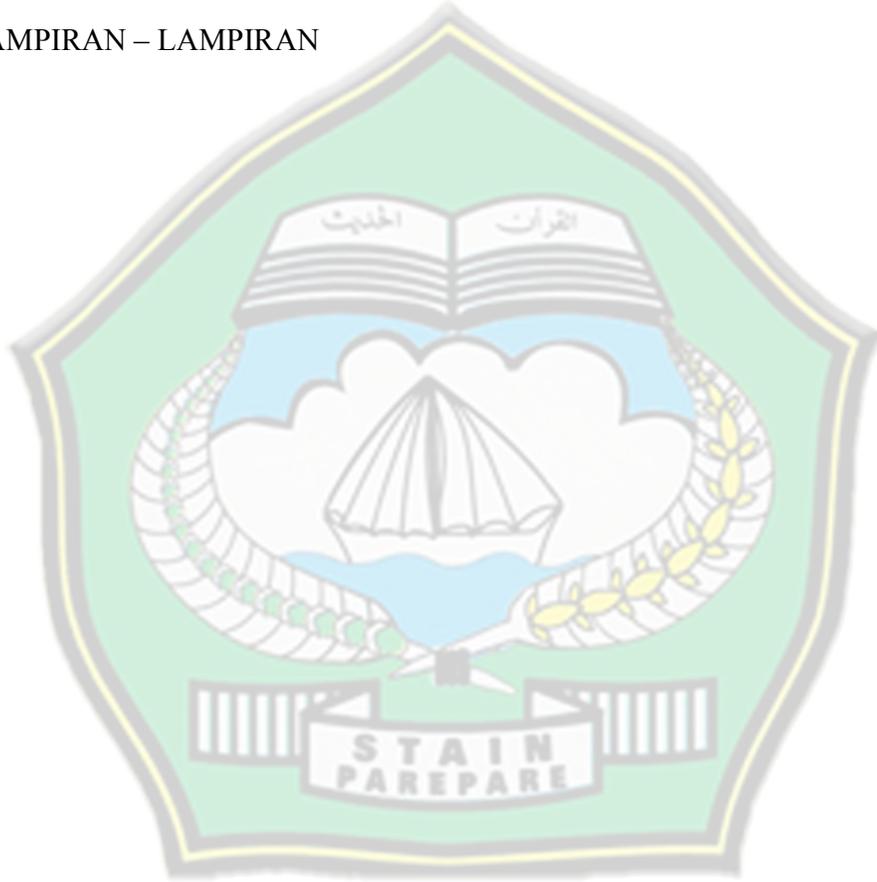
BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan..... 92

5.2 Saran..... 93

DAFTAR PUSTAKA..... 94

LAMPIRAN – LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN
1	Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Narasumber
2	Surat Keterangan Wawancara
3	Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)
4	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari STAIN Parepare
5	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
6	Surat Keterangan Selesai Meneliti di Tiens Stokis 202 Parepare
7	Dokumentasi Skripsi
8	Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian menjadi penentu dalam kesejahteraan masyarakat, berbagai macam bisnis pun menjadi jalan untuk meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat. Di Indonesia, masyarakat lebih cenderung melakukan bisnis sebagai penunjang dalam kondisi perekonomian. Selain karena saat ini masyarakat berada dalam kondisi yang dapat dikatakan terpuruk, dengan munculnya bisnis yang memberikan janji menjadi faktor penentu terhadap minat masyarakat.

Sistem bisnis yang mulai muncul dengan banyak menjanjikan keberhasilan serta menawarkan kekayaan dalam waktu singkat mengalihkan perhatian masyarakat untuk berpaling ke bisnis tersebut. Melalui sistem bisnis ini yang lebih dikenal dengan istilah Multi Level Marketing (MLM) atau *Networking Marketing*. Partisipasi masyarakat sejak munculnya bisnis ini mulai banyak bermunculan, baik dari kalangan orang-orang awam ataupun dari kalangan penuntut ilmu.

Secara umum Multi Level Marketing adalah suatu metode bisnis alternative yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *upline* jika mempunyai *downline*.¹ Inti dari bisnis MLM ini digerakkan dengan jaringan ini, baik yang bersifat vertikal atas bawah maupun horizontal kiri kanan ataupun gabungan antara keduanya.²

¹Benny Santoso, *All About MLM*, (Yogyakarta: Andi, 2003), h. 28.

²[Http://syaabulmuslim.wordpress.com/aqidah-2/syariah/](http://syaabulmuslim.wordpress.com/aqidah-2/syariah/). (diakses 06 Februari 2017).

Sistem kerja MLM secara global dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan anggota (member) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Beragamnya bentuk bisnis MLM membuat sulit untuk menentukan apakah sistem dalam MLM termasuk haram. Di lain sisi, beragamnya pemikiran serta pendapat masyarakat menyebabkan banyaknya argumen-argumen mengenai status hukum dari MLM tersebut. Sebagai jawaban atas kegelisahan dan berbagai pendapat dari masyarakat, jenis dari MLM pun mulai muncul dengan wajah baru.

MLM Syariah adalah wajah baru yang muncul dari pesatnya perkembangan bisnis penjualan langsung berjenjang dalam bentuk MLM. Keberadaan MLM Syariah menjadi penting, mengingat mayoritas jumlah penduduk Negara Indonesia adalah mayoritas beragama Islam.

Di Indonesia, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) sebagai lembaga resmi yang sah, diakui pemerintah Republik Indonesia dan melibatkan ulama dari berbagai organisasi masyarakat (Ormas) Islam telah mengeluarkan fatwa tentang halal haramnya sebuah perusahaan yang bergerak dalam MLM. Fatwa tersebut ditandatangani oleh Ketua DSN MUI K.H. M. A. Sahal Mahfudh dan sekretaris H.M Ichwan Sam pada tanggal 25 Juli 2009 di Jakarta.

Dalam fatwa tersebut menyebutkan 12 persyaratan yang harus terdaftar dalam sebuah perusahaan MLM untuk bisa dikategorikan sesuai Syariah. Semua persyaratan tersebut sangat sesuai dengan tuntutan Islam. Diantara persyaratan fatwa itu adalah adanya transaksi real yang diperjual belikan berupa barang atau jasa, lalu barang atau jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan, kemudian transaksi dalam

perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, zhulum, maksiat serta tidak diperbolehkannya kegiatan *money game*.

Dari seluruh MLM yang ada, sekitar 80 diantaranya sudah merupakan perusahaan MLM yang resmi terdaftar di APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia)³, dimana APLI merupakan perwakilan dari wadah WDSA (*Word Direct Selling Association*). Dari jumlah tersebut hanya 6 saja yang sudah mendapatkan sertifikat syariah dari MUI, salah satu diantaranya adalah PT Tianshi Syariah Indonesia. Tianshi mengokohkan diri sebagai perusahaan multi level marketing internasional yang bonafit dan terpercaya. Perusahaan ini betul-betul memahami apa yang dibutuhkan distributor dilapangan. Kepercayaan dan adat istiadat local selalu dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang strategi dan membuat kebijakan disetiap daerah pemasaran Tianshi, sehingga siapapun nyaman melakukan kegiatan bisnis ini untuk mendapatkan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Perusahaan penjualan langsung berjenjang harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi ummat. Tianshi selalu mengarahkan bisnisnya untuk mengatasi pengangguran, ekonomi lemah, dan untuk siapapun yang punya keinginan atau harapan besar yang ingin diwujudkan (impian dalam hidup). Dengan modal yang kecil, tentu masyarakat luas tidak akan sulit melakukannya, apalagi produk yang dipasarkan lebih berorientasi kepada kebutuhan dasar masyarakat, sehingga sangat potensial untuk berkembang dan mengangkat perekonomian umat.⁴

³Sofwan Jauhari, *MLM Syariah : Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*, (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), h. 79.

⁴<https://www.facebook.com/notes/heru-subagyo-winnersintl/tiens-dilihat-sisi-agama-Islam/585902181446514/>. (diakses 06 Februari 2017).

Bisnis penjualan langsung berjenjang, khususnya Tiens Stokis 202 Parepare kerap mendapat kritik dari berbagai golongan masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Karena disinyalir dalam praktek bisnis ini nampak menyalahi ketentuan dalam fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009. Seperti halnya dalam hal pembagian point yang terkesan eksploitasi, melalui pemanfaatan posisi yang dilakukan oleh *upline* terhadap *downline*. Dan kebanyakan masyarakat yang langsung terjun menekuni bisnis penjualan langsung berjenjang / MLM ini belum memahami karakteristik bisnis MLM secara utuh, bahkan pelaku yang mengelolah bisnis MLM ini pun tidak mengetahui perbedaan tersebut. Mereka menganggap bisnis MLM dapat menjangkau kendala-kendala seperti fleksibilitas yang merupakan efektivitas seseorang dalam menyesuaikan diri untuk segala aktivitas dengan penguluran tubuh pada bidang sendi yang luas seperti waktu, biaya, tenaga kerja, dan lain-lain, meskipun mempunyai kesulitan dalam mencari *downline* dan memasarkan barang yang diperdagangkan. Namun umumnya kendala tersebut bersifat personal. Jadi bisnis ini dianggap mampu mendatangkan keuntungan besar, dengan fleksibilitas diatas belum cukup untuk alasan tetap eksis menjalani bisnis ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membahas lebih lanjut terhadap Tiens Stokist 202 Parepare, apakah sesuai dengan fatwa atau tidak, yang dimasukkan dalam karya tulis ilmiah dengan judul skripsi tentang “ **Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok masalah yang dibagi adalah Bagaimana Efektivitas fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 dengan beberapa sub pokok masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apa Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?
- 1.2.2 Bagaimana pelaksanaan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Tiens Stokis 202 Parepare?
- 1.2.3 Bagaimana Efektivitas Hukum dan pemberlakuannya pada Tiens Stokis 202 Parepare?

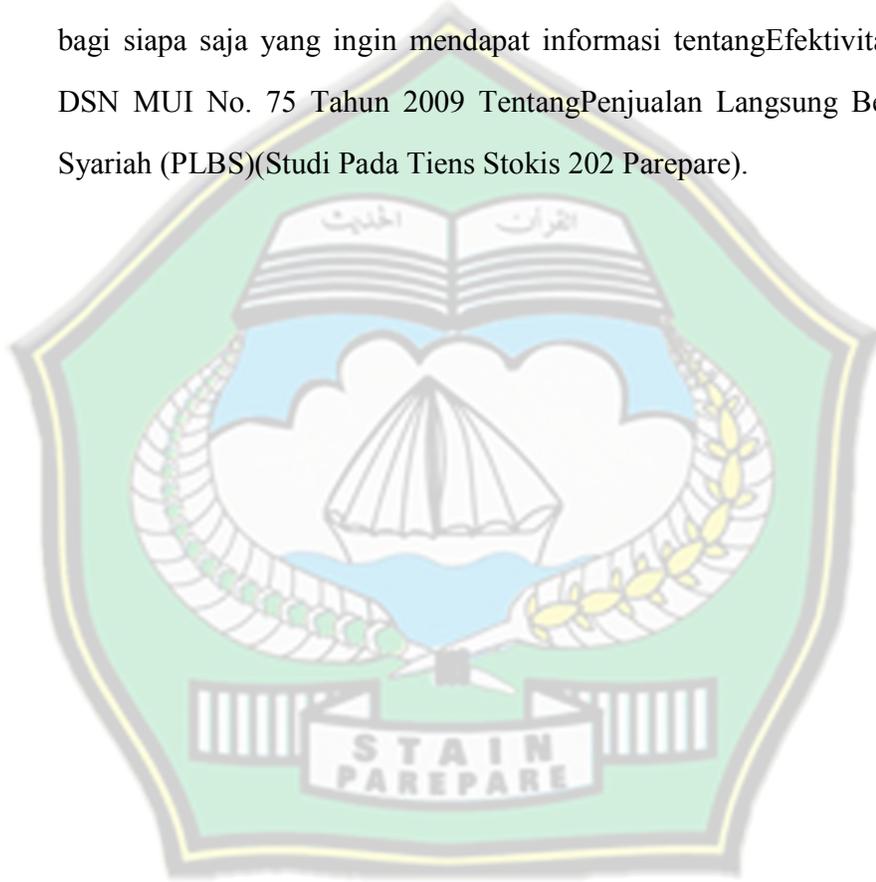
1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Mengetahui fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 terhadap bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
- 1.3.2 Mengetahui dan menganalisis pelaksanaan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Tiens Stokis 202 Parepare agar dipahami sejauh mana bisnis berjalan efektif sesuai fatwa MUI.
- 1.3.3 Mengetahui dan menganalisis efektivitas hukum dan pemberlakuannya pada Tiens Stokis 202 Parepare.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran bagi pengembangan ilmu Hukum Islam pada umumnya dan pengetahuan tentang penerapannya yang berkaitan dengan managerial perusahaan dengan baik.

- 1.4.2 Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu penambahan karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai literatur atau sumber acuan dalam penelitian yang ada relevansinya.
- 1.4.3 Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi siapa saja yang ingin mendapat informasi tentang Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare).



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang terkait mengenai fatwa MUI dalam hal penjualan langsung berjenjang diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Helin Rizka Amanati dengan judul **“Analisis Pelaksanaan Fatwa DSN- MUI tentang Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Ahad-Net Internasional Semarang”**. Hasil dari penelitian ini menurut pandangan hukum Islam praktek MLM tidak dilarang berdasarkan kaidah fiqh, sedangkan praktek jual beli dengan system MLM pada Ahad-Net Internasional Semarang dilihat dalam pemenuhan rukun dan syarat jual beli, tidaklah melanggar rukun dan syarat jual beli dalam Islam. Adanya pihak penjual, pembeli, dan obyeknya telah memenuhi persyaratan berdasarkan hukum Islam. Sistem MLM Syariah yang dijalankan oleh Ahad-Net cabang Semarang tidak bertentangan dengan kriteria yang telah ditentukan dalam fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009.⁵

Selanjutnya penelitian kedua oleh Sunarno dengan judul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga pada MLM Syariah PT Ahad-Net Internasional”**. Hasil penelitian ini secara umum harga produk yang diberlakukan oleh PT Ahad-Net Internasional sesuai dengan keinginan mitra niaga dan tidak mahal, dengan kata lain harga tersebut adalah adil dengan tidak memberatkan konsumen dan pengambilan keuntungan yang wajar. Namun jenis produk deterjen dinilai tidak adil

⁵Helin Rizka Amanati (62311002), Analisis Pelaksanaan Fatwa DSN- MUI tentang Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Ahad-Net Internasional Semarang (Fakultas Syariah IAIN Walisongo, 2011). <http://library.walisongo.ac.id/digilib/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jtptiain-gdl-helinrizka-6405> (diakses 08 Agustus 2017).

karena harga produk tersebut dinilai mahal menurut mitra niaga. Secara keseluruhan, sistem penetapan harga pada PT Ahad-Net Internasional sudah tidak ditemukan kebijakan yang bertentangan dengan hukum Islam. Namun beberapa hal yang kurang mencerminkan ciri-ciri khas ekonomi Islam, yaitu harga pokok Ath-Har Detergent yang dinilai tidak berkualitas dan dinilai mahal mitra niaga dan tidak sesuai dengan keinginan mitra niaga.⁶

Beberapa penelitian di atas jelas berbeda dengan yang penulis teliti yaitu tentang bagaimana efektivitas fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 dalam pelaksanaan prakteknya pada Tiens Stokis 202 Parepare yang diperoleh dari beberapa informan dan dokumentasi lainnya, kemudian dianalisis apakah sesuai fatwa DSN-MUI No. 75 tahun 2009 atau tidak. Jenis penelitian menurut metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif.

⁶Sunarno (1000050051), Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga pada MLM Syaria'ah PT Ahad-Net Internasional (Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011).
<http://www.google.com/url?q=http://eprints.ums.ac.id/14570/2/01.pdf&sa=U&ved=0ahUKEwjR-8um-vvWAhWBPPQKHRESChUQFggdMAI&usg=AOvVaw0TyIeQQ4Yt3Mvei-TTYPog>
(diakses 08 Agustus 2017).

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Efektivitas

2.2.1.1 Pengertian Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas pada dasarnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan membandingkan antara input dan outputnya.⁷

Adapun Pengertian efektivitas berdasarkan pendapat para ahli adalah sebagai berikut:

- 2.2.1.1.1 Sondang dalam Othenk, efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.
- 2.2.1.1.2 Menurut Ravianto, pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat

⁷<http://literaturbook.blogspot.co.id/2014/12/pengertian-efektivitas-dan-landasan.html> (diakses 08 Agustus 2017).

diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya mau pun mutunya, maka dapat dikatakan efektif.⁸

- 2.2.1.1.3 Menurut Bungkaes (2013), efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Dalam artian efektivitas merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam pengertian teoritis atau praktis, tidak ada persetujuan yang universal mengenai apa yang dimaksud dengan “Efektifitas”. Bagaimanapun definisi efektivitas berkaitan dengan pendekatan umum. Bila ditelusuri efektivitas berasal dari kata dasar efektif yang artinya : (1). Ada efeknya (pengaruhnya, akibatnya, kesannya) seperti: manjur; mujarab; mempan; (2). Penggunaan metode/cara, sarana/alat dalam melaksanakan aktivitas sehingga berhasil guna (mencapai hasil yang optimal).⁹
- 2.2.1.1.4 Menurut Gibson et.al dalam Bungkaes, pengertian efektivitas adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok, dan organisasi. Makin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan (standar), maka makin lebih efektif dalam menilai mereka. Dari pengertian tersebut di atas dari sudut pandang bidang perilaku keorganisasian maka dapat diidentifikasi tiga tingkatan analisis yaitu: (1) individu, (2) kelompok, dan (3) organisasi. Ketiga tingkatan analisis

⁸Masruri, 2014. Analisis Efektifitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan (PNPM-MP) (*Studi Kasus Pada Kecamatan Bunyu Kabupaten Bulungan tahun 2010*). *Governance and Public Policy*, vol. 1 (1): h. 53-76.

⁹Heri Risal Bungkaes, J. H. Posumah, Burhanuddin Kiyai. 2013. Hubungan Efektifitas Pengelolaan Program Raskin dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Acta Diurna*, h. 1-23.

tersebut sejalan dengan ketiga tingkatan tanggung jawab manajerial yaitu bahwa para manajer bertanggung jawab atas efektivitas individu, kelompok dan organisasi.

Dari diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu hal dapat dikatakan efektif apabila hal tersebut sesuai dengan dengan yang dikehendaki. Artinya, pencapaian hal yang dimaksud merupakan pencapaian tujuan dilakukannya tindak-tindakan untuk mencapai hal tersebut. Efektivitas dapat diartikan sebagai suatu proses pencapaian suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Suatu usaha atau kegiatan dapat dikatakan efektif apabila usaha atau kegiatan tersebut telah mencapai tujuannya. Apabila tujuan yang dimaksud adalah tujuan suatu instansi maka proses pencapaian tujuan tersebut merupakan keberhasilan dalam melaksanakan program atau kegiatan menurut wewenang, tugas dan fungsi instansi tersebut.

2.2.1.2 Aspek-aspek Efektivitas

Aspek-aspek efektifitas berdasarkan pendapat Muasaroh, efektifitas dapat dijelaskan bahwa efektivitas suatu program dapat dilihat dari aspek-aspek antara lain:

- 2.2.1.2.1 Aspek tugas atau fungsi, yaitu lembaga dikatakan efektivitas jika melaksanakan tugas atau fungsinya, begitu juga suatu program pembelajaran akan efektif jika tugas dan fungsinya dapat dilaksanakan dengan baik dan peserta didik belajar dengan baik.
- 2.2.1.2.2 Aspek rencana atau program disini adalah rencana pembelajaran yang terprogram, jika seluruh rencana dapat dilaksanakan maka rencana atau program dikatakan efektif.

- 2.2.1.2.3 Aspek ketentuan dan peraturan, efektivitas suatu program juga dapat dilihat berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga berlangsungnya proses kegiatannya.
- 2.2.1.2.4 Aspek tujuan atau kondisi ideal, suatu program kegiatan dikatakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat dicapai. Penilaian aspek ini dapat dilihat dari prestasi yang dicapai oleh peserta didik.
- 2.2.2 Teori Efektivitas Hukum
- 2.2.2.1 Pengertian Efektivitas Hukum
- 2.2.2.1.1 Menurut Hans Kelsen, Jika Berbicara tentang efektivitas hukum, dibicarakan pula tentang Validitas hukum. Validitas hukum berarti bahwa norma-norma hukum itu mengikat, bahwa orang harus berbuat sesuai dengan yang diharuskan oleh norma-norma hukum., bahwa orang harus mematuhi dan menerapkan norma-norma hukum. Efektifitas hukum berarti bahwa orang benar-benar berbuat sesuai dengan norma-norma hukum sebagaimana mereka harus berbuat, bahwa norma-norma itu benar-benar diterapkan dan dipatuhi.¹⁰
- 2.2.2.1.2 Menurut Soerjono Soekanto¹¹ adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu :
- 2.2.2.1.2.1 Faktor hukumnya sendiri (undang-undang).

¹⁰<https://pratamaiin.blogspot.co.id/2012/12/efektivitas-hukum.html> (diakses 08 Oktober 2017).

¹¹Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 8.

2.2.2.1.2.2 Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum.

2.2.2.1.2.3 Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.

2.2.2.1.2.4 Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.

2.2.2.1.2.5 Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Kelima faktor tersebut saling berkaitan erat, oleh karena merupakan esensi dari penegakan hukum, juga merupakan tolak ukur daripada efektivitas penegakan hukum. Pada faktor pertama, yang menentukan dapat berfungsinya hukum tertulis tersebut dengan baik atau tidak adalah tergantung dari aturan hukum itu sendiri.

Hukum sebagai kaidah merupakan patokan mengenai sikap tindak atau perilaku yang pantas. Metode berfikir yang dipergunakan adalah metode deduktif-rasional, sehingga menimbulkan jalan pikiran yang dogmatis. Di lain pihak ada yang memandang hukum sebagai sikap tindak atau perilaku yang teratur. Metode berfikir yang digunakan adalah induktif-empiris, sehingga hukum itu dilihatnya sebagai tindak yang diulang-ulang dalam bentuk yang sama, yang mempunyai tujuan tertentu.¹²

Efektivitas hukum dalam tindakan atau realita hukum dapat diketahui apabila seseorang menyatakan bahwa suatu kaidah hukum berhasil atau gagal mencapai tujuannya, maka hal itu biasanya diketahui apakah pengaruhnya berhasil mengatur sikap tindak atau perilaku tertentu sehingga sesuai dengan tujuannya atau tidak. Efektivitas hukum artinya efektivitas hukum akan disoroti dari tujuan yang ingin

¹²Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, h. 14.

dicapai, yakni efektifitas hukum. Salah satu upayah yang biasanya dilakukan agar mematuhi kaidah hukum adalah dengan mencantumkan sanksi-sanksinya. Sanksi-sanksi tersebut bias berupa sanksi negatif atau sanksi positif yang maksudnya adalah menimbulkan rangsangan agar manusia tidak melakukan tindakan tercelah atau melakukan tindakan terpuji.¹³

2.2.3 Teori Pemberlakuan Hukum Islam

Hukum Islam masuk ke Indonesia bersamaan dengan masuknya Islam ke Indonesia, yang menurut sebagian kalangan telah berlangsung sejak abad VII atau VIII M. Sementara hukum Barat baru diperkenalkan oleh VOC pada awal abad XVII M. Sebelum masuknya hukum Islam, rakyat Indonesia menganut hukum adat yang bermacam-macam sistemnya dan sangat majemuk sifatnya. Hal ini karena pengaruh agama Hindu dan Budha diduga sangat kuat terhadap kehidupan masyarakat pada zaman itu. Dalam pembangunan hukum nasional Indonesia, hukum agama (Hukum Islam) menjadi dasar yang paling dominan, dimana hukum Islam sangat berperan dalam membentuk perilaku manusia Indonesia. Oleh karenanya hukum Islam menjadi unsur mutlak bagi pembangunan hukum nasional Indonesia.

Pemberlakuan hukum Islam di Indonesia merupakan suatu fenomena pemberlakuan hukum yang paling tidak dilatar belakangi adanya kepentingan-kepentingan kolonial Belanda dalam melihat perkembangan hukum adat dan hukum Islam, sehingga timbul hasrat untuk menerapkan hukum Perdata Barat atau Burgerlijk Wetboek (BW). BW merupakan suatu aturan hukum yang dibuat oleh pemerintah

¹³<http://www.google.com/url?q=http://digilib.unila.ac.id/3913/12/BAB%2520II.pdf&sa=U&ved=0ahUKEwiWoJuKo4HXAhUFo48KHeMrAzQQFgg6MAc&usg=AOvVaw3vLYbc4Xouj7noFPzYYuDF> (diakses 08 Oktober 2017).

Hindia Belanda yang ditujukan bagi kaum golongan warganegara bukan asli yaitu Eropa, Tionghoa dan juga timur asing. Namun berdasarkan kepada pasal 2 aturan peralihan Undang-Undang Dasar 1945, seluruh peraturan yang dibuat oleh pemerintah Hindia Belanda berlaku bagi warga negara Indonesia (asas kerkondasi). Beberapa ketentuan yang terdapat di dalam BW pada saat ini telah diatur secara terpisah/tersendiri oleh berbagai peraturan perundang-undangan. Misalnya berkaitan tentang tanah, hak tanggungan dan fidusia.

Kodifikasi KUH Perdata Indonesia di umumkan pada tanggal 30 April 1847 melalui Staatsblad No. 23 dan berlaku Januari 1848. Setelah Indonesia Merdeka, berdasarkan aturan Pasal 2 aturan peralihan Undang-Undang Dasar 1945, KUH Perdata Hindia Belanda tetap dinyatakan berlaku sebelum digantikan dengan Undang-Undang baru berdasarkan Undang-Undang Dasar ini. BW Hindia Belanda merupakan induk hukum Perdata Indonesia. Dalam menerapkan hukum-hukum dinamika hukum Islam di Indonesia setidaknya memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa memang sejak dahulu intervensi Belanda terhadap hukum Islam tidak terlepas dari politik hukum. Untuk lebih jelasnya sepanjang sejarah pemberlakuan teori-teori hukum Islam di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

2.2.3.1 Teori *Receptio in Complexu*

Periode dimana hukum Islam diberlakukan sepenuhnya oleh orang-orang Islam sebagai pegangan dalam kehidupan beragama.¹⁴ Sebelum Belanda datang ke Indonesia, hukum Islam telah banyak juga didirikan lembaga-lembaga peradilan agama dengan berbagai nama yang ada. Lembaga-lembaga peradilan agama ini

¹⁴Sayuti Thalib, *Receptio A Contrario* (Cet. III; Jakarta: Bina Aksara, 1980), h. 15.

didirikan ditengah-tengah kerajaan atau kesultanan dalam rangka membantu dalam penyelesaian masalah-masalah yang ada hubungannya dengan hukum Islam.

Adapun setelah pemerintah Hindia Belanda benar-benar menguasai wilayah nusantara, hukum Islam mulai mengalami pergeseran. Secara berangsur-angsur posisi hukum Islam mulai lemah. Pada abad ke-19 terjadi gerakan dikalangan banyak orang Belanda yang berusaha menghilangkan pengaruh hukum Islam, dengan jalan antara lain adanya krestenisasi. Karena kalau berhasil menarik banyak penduduk pribumi untuk masuk agama Kristen, akan sangat menguntungkan kedudukan pemerintah Hindia Belanda. Dengan asumsi bahwa yang telah menganut agama Kristen akan menjadi warga negara yang royal dan patuh kepada pemerintah Kolonial Belanda.¹⁵ Kemudian pada tahun 1882 dibentuklah pengadilan agama ditempat-tempat yang terdapat pengadilan negeri sehingga dengan demikian hukum Islam mendapat pengakuan resmi dan pengukuhan dari pemerintah Belanda sejak didirikannya pengadilan agama tahun 1882. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lodewijk Willen Cristiaan Van Den Breg (1845-1927) yang tinggal di Indonesia menyimpulkan bahwa bangsa Indonesia pada hakekatnya telah menerima sepenuhnya hukum Islam, sebab mereka telah memeluk agama Islam walaupun dalam prakteknya terjadi penyimpangan-penyimpangan. Oleh karena itu, muncullah teori yang dikenal dengan "*Theorie Receptie In Complexu*".

2.2.3.2 Teori *Receptie*

Penerimaan hukum Islam oleh hukum adat, yang dikenal dengan teori *Receptie* adalah periode dimana hukum Islam baru diberlakukan apabila dikehendaki atau diterima oleh hukum adat. Sehingga dapat dikatakan bahwa teori ini telah berlaku

¹⁵Deliar Noer, *Gerakan Modern Islam di Indonesia 1900-1942* (Jakarta: LP3ES, 1985), h. 183.

sebelumnya, yaitu teori *Receptie In Complexu*. Teori ini dikemukakan oleh Christian Snouck Hurgranje (1857-1936). Yakni penasehat pemerintah Hindia Belanda dalam Urusan Islam dan bukan dan Bumi Putera. Menurut Snouck hukum Islam dapat diterapkan jika telah menjadi bagian dari hukum adat. Bagi Snouck sikap pemerintah Hindia Belanda sebelumnya menerima teori *Receptie In Complexu* bersumber dari ketidaktahuannya terhadap situasi masyarakat pribumi, khususnya masyarakat muslim. Ia berpendapat bahwa sikap terhadap umat Islam selama ini merugikan pemerintah jajaran sendiri, disamping itu Snouck berharap situasi agar orang-orang pribumi rakyat pada umumnya rakyat jajahan jangan sampai kuat memegang agama Islam, sebab pada umumnya orang yang kuat memegang agama Islam (Hukum Islam) tidak mudah mempengaruhi orang peradapan barat.

Tidak otomatis berlaku bagi orang Islam. Hukum Islam berlaku bagi orang Islam, kalau ia sudah diterima dan telah menjadi hukum adat mereka, jadi yang berlaku bagi mereka bukan hukum Islam tapi hukum adat.¹⁶

2.2.3.3 Teori *Receptie Exit*

Teori *Receptie Exit* diperkenalkan oleh Prof. Dr. Hazairin, S.H. Menurutnya setelah Indonesia merdeka, tepatnya setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia dan Undang-Undang Dasar 1945 dijadikan Undang-Undang Negara Republik Indonesia, semua peraturan perundang-undangan Hindia Belanda yang berdasarkan teori *receptie* bertentangan dengan jiwa UUD 1945. Dengan demikian, teori *receptie* itu harus exit alias keluar dari tata hukum Indonesia merdeka. Oleh ahli hukum Indonesia dalam artian tidak mengacu lagi pada hukum Perdata Barat (BW), dimana

¹⁶H.W.J.Sonius, dalam J.F.Holleman,an Vollenhoven on Indonesia Aadat Law, Leiden: 1981, Lihat juga Bushar Muhammad, *Asas-Asas Hukum Adat* (Jakarta: Pradya Paramita, 1976), h. 57.

pemberlakuan hukum Islam tidak harus didasarkan atau ada ketergantungan kepada hukum adat.

2.2.3.4 Teori *Receptio A Contrario*

Teori *Receptio A Contrario* adalah kebalikan dari teori resepsi. Teori ini oleh Hazairin dan Sayuti Thalib sebagai pematah teori receptie karena teori ini menyatakan pendapat yang sama sekali berlawanan arah dengan teori receptie Christian Hurgranje. Pada teori ini justru hukum adatlah yang berada dibawah hukum Islam dan harus sejiwa dengan hukum Islam, sehingga hukum adat baru dapat berlaku jika telah dilegalisasi oleh hukum Islam. Hal ini sesuai dengan keyakinan, cita-cita hukum, dan cita-cita moralnya, yakni teori ini mengemukakan bahwa hukum adat bisa berlaku bagi orang Islam manakala tidak bertentangan dengan hukum Islam. Dengan demikian, bahwa teori *Receptio A Contrario* merupakan kebalikan dari teori *Receptie*¹⁷.

2.2.3.5 Teori Eksistensi menurut Ichtijanto SA Contratio yaitu teori yang menerangkan tentang adanya hukum Islam dalam hukum Nasional Indonesia¹⁸. Menurut teori ini bentuk eksistensi (keberadaan) hukum Islam dalam hukum Nasional itu ialah:

2.2.3.5.1 Ada dalam arti hukum Islam berada dalam hukum nasional sebagai bagian yang integral darinya.

2.2.3.5.2 Ada dalam arti adanya kemandiriannya yang diakui berkekuatan hukum nasional dan sebagai hukum nasional.

¹⁷Suyuti Thalib, *Receptio A Contrario* (Cet. III; Jakarta: Bina Aksara, 1980), h. 65.

¹⁸Ichtijanto SA, *Pengadilan Agama sebagai Wadah Perjuangan Mengisi Kemerdekaan Bangsa, dalam Kenang-kenangan Seabad Pengadilan Agama* (Cet. I; Jakarta: Dirbinperta Dep. Agama RI, 1985), h. 262.

2.2.3.5.3 Ada dalam hukum nasional dalam arti norma hukum Islam (agama) berfungsi sebagai penyaring bahan-bahan hukum nasional Indonesia.

2.2.3.5.4 Ada dalam hukum nasional dalam arti sebagai bahan utama dan unsure utama hukum nasional Indonesia.

2.2.3.6 Teori Interdependensi

Teori ini sebenarnya tidak secara langsung berkaitan dengan pembahasan mengenai teori-teori relasi hukum adat dan hukum Islam di Indonesia, tetapi antara hukum Islam dan hukum Barat, itupun secara umum. Setiap sistem hukum tidak berdiri sendiri, tidak terkecuali hukum Islam. Sebelum dalam bentuknya yang mutakhir, pasti berinteraksi dengan sistem-sistem sosial yang lain. Interaksi ini berjalan ratusan atau bahkan ribuan tahun, dan selama itu pula kesemuanya saling pengaruh-mengaruhi. Yakni teori yang menyatakan bahwa adanya hubungan saling mengisi dan menguatkan antara hukum adat, hukum Islam, dan hukum Barat. Terjadi proses saling mengisi satu sama lain, saling konvergensi dan akhirnya pada suatu titik tertentu, ada sebagian yang dapat dikenali wujud aslinya, tetapi sebagian lainnya sulit dilacak aslinya.

2.2.3.7 Teori *Sinkretisme*

Teori *Sinkretisme* dikemukakan oleh Hooker setelah sebelumnya melakukan penelitian di beberapa daerah di Indonesia. Menurut Hooker, kenyataan membuktikan bahwa tidak ada satupun sistem hukum, baik hukum adat maupun hukum Islam yang saling menysisikan. Keduanya berlaku dan mempunyai daya ikat sederajat, yang pada akhirnya membentuk suatu pola khas dalam kesadaran hukum masyarakat. Namun, kesamaan derajat berlakunya dua sistem hukum ini tidak selamanya berjalan dalam alur yang searah. Pada saat tertentu, dimungkinkan

terjadinya konflik seperti digambarkan dalam konflik hukum adat dengan hukum Islam di Minangkabau atau konflik antara santri dan abangan di Jawa.¹⁹

Dengan demikian menurut Hooker, daya berlakunya suatu sistem hukum baik hukum adat maupun hukum Islam, tidak disebabkan oleh meresepsinya sistem hukum tersebut pada sistem hukum yang lain, tetapi hendaknya disebabkan oleh adanya kesadaran hukum masyarakat yang sungguh-sungguh menghendaki bahwa sistem hukum itulah yang berlaku. Dengan anggapan ini, akan tampak bahwa antara sistem hukum adat dengan sistem hukum Islam mempunyai daya berlaku sejajar dalam suatu masyarakat tertentu. Daya berlaku sejajar tersebut tidak muncul begitu saja, tetapi melalui sebuah proses yang amat panjang. Kondisi ini bisa terjadi karena sifat akomodatif Islam terhadap budaya lokal. Sifat akomodatif Islam itu mengakibatkan terjadinya hubungan erat antara nilai-nilai Islam dengan hukum adat dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Eratnya hubungan tersebut menghasilkan suatu sikap rukun, saling memberi dan menerima dalam bentuk tatanan baru, yaitu sinkretisme.

2.2.4 Penjualan Langsung Berjenjang (PLB) / *Multi Level Marketing*

Penjualan Langsung Berjenjang (PLB) atau sering disebut dengan *Multi Level Marketing* (MLM) adalah salah satu cabang dari *Direct Selling* (DS). *Direct Selling* (DS) adalah Penjualan produk atau jasa tanpa menggunakan kios atau toko eceran, distributor, jasa pialang, pemborong atau setiap bentuk perantara dagang lain.²⁰ Penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui

¹⁹M.B. Hooker, *Adat Law in Modern Indonesia* (Oxford: Oxford University Press, 1978), h. 36.

²⁰Norman A Hart, Dkk, *Kamus Marketing*, terj. Anthony Than dan Agustinus Subekti (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h. 68.

jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.²¹

Secara bahasa (etimologi), *Multi Level Marketing* berasal dari bahasa Inggris yang merupakan penggalan dari kata “*multilevel*” dan “*marketing*”. Dalam kamus Inggris-Indonesia yang disusun oleh John M. Echols, *multilevel* berarti bersusun-susun atau bertingkat-tingkat²² dan *marketing* berarti pemasaran, perdagangan atau belanja.²³

Secara istilah (terminologi) menurut Peter J. Choltheir, *Multi Level Marketing* adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya, pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.²⁴

Multi Level Marketing adalah suatu konsep penyaluran barang (produk/jasa tertentu) yang memberi kesempatan pada konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan menikmati keuntungan di dalam garis kemitraannya/sponsorisasi.²⁵ Dalam

²¹Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), h. 139.

²²John M. Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary* (Cet. 4; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 33.

²³John M. Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary* (Cet. 4; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 373.

²⁴Peter J. Choltheir, *Multi Level Marketing A Practical Guide To Successful network Selling, Meraih Uang Dengan Multi Level Marketing, Pedoman Praktis Menuju Network Selling Yang Sukses*, terjemahan T. Hermaya (Cet. 4; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 33.

²⁵Suhrawardi K Lubis dan Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam* (Ed. 1, Cet. 2; Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 182.

pengertian yang lebih luas, *multi level marketing* adalah salah satu bentuk kerja sama dibidang perdagangan/pemasaran atau produk/jasa yang dengan sistem ini diberikan kepada setiap orang kesempatan untuk mempunyai dan menjalankan usaha sendiri. Kepada setiap orang yang bergabung dapat mengkonsumsi produk dengan potongan harga, serta sekaligus dapat menjalankan kegiatan usaha secara sendiri dengan cara menjual produk/jasa dan mengajak orang lain untuk ikut bergabung dalam kelompoknya. Setiap orang yang berhasil diajak dan bergabung dalam kelompoknya akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada yang mengajaknya, lazimnya dengan memakai sistem persentase atau bonus.

2.2.4.5 Pengertian *Multi Level Marketing* menurut para ahli, yaitu:

- 2.2.3.1.1 David Roller mendefinisikan *Multi Level Marketing* adalah sistem mana melalui sebuah induk perusahaan mendistribusikan barang atau jasanya lewat suatu jaringan orang-orang bisnis independen, dan orang-orang tersebut kemudian mensponsori orang lain lagi untuk membantu mendistribusikan barang atau jasanya.²⁶
- 2.2.3.1.2 Menurut Royan (2002) MLM atau Penjualan *Multi Level Marketing* dikenal juga sebagai network marketing merupakan salah satu metode pemasaran wirausaha dengan memanfaatkan sistem jaringan (network).
- 2.2.3.1.3 Yusuf (dalam Rozi, 2003) berpendapat bahwa, dikatakan network marketing karena merupakan sebuah jaringan kerja pemasaran yang di dalamnya terdapat sejumlah orang yang melakukan proses pemasaran produk/jasa.

²⁶David Roller, *How To Make Big Money In Multi Level Marketing, Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, terjemahan Waskito (Cet. 2; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h. 3.

2.2.3.1.4 Menurut Sabiq (2005) MLM adalah suatu metode bisnis alternatif yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah Upline (tingkat atas) dan Downline (tingkat bawah), orang akan disebut Upline jika mempunyai Downline. Dan inti dari bisnis MLM ini adalah digerakkan dengan jaringan, baik yang sifatnya vertikal atas bawah maupun horizontal kiri-kanan atau pun bisa juga gabungan antara keduanya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Multi Level Marketing (MLM)* adalah suatu bisnis atau usaha yang mengutamakan jaringan dari sejumlah orang dalam bentuk tingkatan-tingkatan atau level yang bertujuan untuk memasarkan barang/jasa.²⁷

2.2.3.2 Sistem Penjualan Langsung Berjenjang /*Multi Level Marketing*

Berbeda dengan bentuk penjualan lainnya, pada *Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)* seorang distributor tidak hanya berusaha memasarkan dan menjual produk kepada konsumen secara eceran, tapi juga mencari distributor untuk memasarkan barang atau jasa tertentu kepada orang lain. Distributor pada *Multi Level Marketing* melatih distributor dibawahnya untuk mencari dan melatih orang lain. Mereka tidak hanya mendapatkan komisi penjualan, tetapi juga mendapat bonus ketika distributor dalam kelompok penjualannya berhasil menjual.²⁸

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain, diantara ciri-ciri khusus tersebut adalah terdapatnya banyak jenjang

²⁷<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html> (diakses 08 Oktober 2017).

²⁸Cecep Castrawijaya, *Etika Bisnis MLM Syariah* (Tangerang Selatan: Sedaun Publishing, 2013), h. 59.

atau level, melalui perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat system pelatihan, serta adanya komisi/bonus untuk tiap jenjangnya. Dalam sistem ini, calon distributor semacam membeli hak untuk merekrut anggota baru, menjual produk dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualan mereka sendiri maupun dari hasil penjualan anggota yang direkrut (*downline*) di dalam organisasi jaringannya.²⁹

2.2.3.3 Konsep Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Syariah atau dikenal dengan *Multi Level Marketing* syariah yaitu metode penjualan barang atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh anggota (mitra usaha) yang bekerja atas dasar imbalan (komisi dan/atau bonus) berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap, metode penjualan barang atau jasa tersebut dijalankan berdasarkan akad atau prinsip syariah. Dengan demikian, sistem bisnis konvensional yang berkembang saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek-aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum *muamalah*.³⁰

Tidak mengherankan jika visi dan misi MLM konvensional akan berbeda dengan MLM syariah. Visi dan misi MLM syariah tentu saja tidak hanya fokus pada keuntungan materi semata, tapi keuntungan dunia dan akhirat. Pelaku MLM syariah juga berbeda dalam hal motivasi dan niat, orientasi, produk, sistem pengolahan, pengawasan, dan sebagainya.³¹

²⁹Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah* (Tangerang: Amal Actual, 2005), h. 18.

³⁰Cecep Castrawijaya, *Etika Bisnis MLM Syariah* (Tangerang Selatan: Sedaun Publishing, 2013), h. 65.

³¹Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah* (Tangerang: Amal Actual, 2005), h. 86.

Dalam MLM syariah, misalnya ada yang disebut Dewan Pengawas Syariah (DSN), sebuah lembaga yang memungkinkan untuk mengawasi pengelolaan suatu usaha syariah. Lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai *internal audit and surveillance system* untuk memfilter bila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu usaha syariah.³²

2.2.3.4 Kriteria MLM Syariah

Pada prinsipnya, apakah suatu usaha MLM halal atau haram, tidak bisa dipukul rata. Tidak ditentukan oleh masuk tidaknya perusahaan dengan konsep penjualan langsung dengan keanggotaan APLI. Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), saat ini APLI adalah satu-satunya organisasi yang menaungi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industry penjualan langsung di Indonesia, tergabung dalam *World Federation of Direct Selling Association (WFSDA)*³³ juga tidak dimonopoli oleh pengakuan sepihak sebagai perusahaan MLM syariah atau konvensional. Melainkan tergantung sejauh mana usaha ini mempraktikkan bisnisnya dilapangan, lalu dikaji sesuai Syariah atau tidak. Berikut ini adalah beberapa poin panduan yang dapat kita gunakan untuk menilai apakah sebuah usaha MLM sesuai syariah atau tidak, halal atau tidak.³⁴

³²Cecep Kastrawijaya, *Etika Bisnis MLM Syari'ah* (Tangerang Selatan: Sedaun Publishing, 2013), h. 66.

³³Kuswara, *Mengenal MLM Syari'a*, h. 87.

³⁴Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah* (Tangerang: Amal Actual, 2005), h. 112.

2.2.3.4.1 *Business Plan*

2.2.3.4.1.1 Tidak menjanjikan kaya mendadak, atau menjanjikan untuk mendapatkan uang dengan cepat dan mudah.

2.2.3.4.1.2 Tidak mengarahkan distributornya pada materialisme, atau gaya hidup yang mendorong pada kemubadziran.

2.2.3.4.1.3 Tidak ada unsur skema piramida, dimana hanya yang berada pada level-level puncak saja yang diuntungkan, sedangkan pada level-level bawah mengalami kerugian. Skema Piramida adalah sistem (ilegal) dimana banyak orang yang berada pada lapisan terbawah dari piramida membayar sejumlah uang kepada sejumlah orang yang berada di lapisan piramida teratas. Setiap anggota baru membeli peluang untuk naik kelapisan teratas dan mendapat keuntungan dari orang lain yang bergabung kemudian. Sebagai contoh, untuk menjadi anggota Anda mungkin harus membayar mulai dari jumlah yang kecil hingga jutaan rupiah.³⁵

2.2.3.4.1.4 Biaya pendaftaran tidak terlalu tinggi, biaya pendaftaran dapat diumpamakan sebagai ganti biaya *starterkit* atau kartu anggota yang harganya relatif tidak terlalu mahal.

2.2.3.4.1.5 Adanya transparansi sistem, yaitu semua sistem yang berkaitan dapat diketahui secara transparan dalam batas-batas tertentu. Berapa bonus dan komisi yang didapat dijelaskan darimana diperolehnya sesuai aturan yang ada.

³⁵<http://www.apli.or.id/skema-piramida/>. (diakses 08 Oktober 2017).

2.2.3.4.1.6 Bonus jelas nisabnya sejak awal, bentuknya bias berupa perjanjian mengenai tata cara pembagian dan mekanisme penerimaan bonus setiap distributor.

2.2.3.4.2 Produk

2.2.3.4.2.1 Ada transaksi riil (*delivery of good of services*) atas barang atau jasa yang diperjual belikan.

2.2.3.4.2.2 Barang dan jasa diupayakan kebutuhan pokok, bukan barang mewah yang mendorong pada konsumesisme dan pemborosan.

2.2.3.4.2.3 Terdapat produk yang dijual, baik jasa atau barang kebutuhan pokok.

2.2.3.4.2.4 Barang dan jasa yang diperjual belikan jelas kehalalannya, lebih baik lagi jika dibuktikan hasil penelitian dari pihak yang berwenang.

2.2.3.4.2.5 Tidak ada *excessive mark up* (kenaikan harga yang berlebihan) atas harga produk yang diperjual belikan di atas covering biaya promosi dan marketing konvensional.

2.2.3.4.2.6 Memiliki jaminan dikembalikan (*buy back guarente*), sebagai bagian dari layanan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat mengembalikn jika barang yang terlanjur dibeli ternyata tidak berkualitas atau rusak.

2.2.3.4.2.7 Lebih *afdhal* jika barang atau jasa yang dijual diproduksi oleh saudara yang seiman.

2.2.3.4.3 Perusahaan

2.2.3.4.3.1 Perusahaannya memiliki *track record* yang baik, bukan perusahaan misterius yang menimbulkan kontroversi, atau punya hubungan dengan misi agama non muslim.

2.2.3.4.3.2 Sistem keuangannya bersinergi dengan sistem keuangan syariah. Mulai dari permodalan, transaksi maupun kegiatan keuangan lainnya.

2.2.3.4.4 *Support System*

2.2.3.4.4.1 Mengajarkan kejujuran dalam bisnis, tidak mengajarkan kebohongan atau menutupi celah produk pada prospek atau mengelabuinya agar mengikuti bisnis yang ditawarkan.

2.2.3.4.4.2 Harus ada pergeseran paradigma tentang orientasi dan *image* sukses. Sukses tidak diukur lewat dimilikinya sejumlah materi, tetapi ada yang lebih dari itu, yaitu kesuksesan dalam hal intelektual, emosional, dan spiritual.

2.2.3.4.5 Sistem Pengawasan

2.2.3.4.5.1 Adanya dewan pengawas syariah yang melakukan monitoring dan pengawasan secara terus menerus baik atas kehalalan produk, adilnya sistem pembagian bonus dan sistem, Islaminya *corporate culture* yang dibangun, dan orientasi sukses yang ditumbuhkan.

2.2.3.4.5.2 Dilakukannya financial audit tahunan oleh pihak luar (akuntan publik) yang dengannya diharapkan pengurus MLM syariah akan tertib laporan dan anggota (member) bisa melihat jalannya perusahaan tepatnya bergabung secara transparan dari waktu ke waktu.

2.2.3.4.6 Bagian dari *Agent of Development*

2.2.3.4.6.1 Diutamakan ada pengambilan barang dan jasa produksi pengusaha menengah kecil dan koperasi sebagai wujud kepedulian pemberdayaan usaha kecil.

2.2.3.4.6.2 Semaksimal mungkin diutamakan produksi dari saudara seiman.

2.2.3.4.6.3 Diupayakan mengutamakan produk buatan anak bangsa agar hemat devisadan menggiatkan ekspor.

2.2.3.5 Prinsip dan Orientasi MLM Syariah

2.2.3.5.1 Prinsip MLM Syariah

Seperti halnya unsur niat menjadi titik awal pelaksanaan bisnis yang terdiri dari beberapa poin sebagaimana disebutkan di atas, MLM Islami juga berpegang teguh pada prinsip-prinsip *muamalah Islamiyah*. Terdapat tiga prinsip umum yang tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 282.

2.2.3.5.1.1 Prinsip Pertanggungjawaban

Prinsip pertanggungjawaban merupakan konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim. Pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Bagi masyarakat muslim, persoalan amanah merupakan hasil transaksi manusia dengan sang *khalik* mulai dari alam kandungan. Manusia diciptakan Allah sebagai *khalifah* di muka bumi, manusia dibebani amanah oleh Allah untuk menjalankan fungsi kekhalfahannya. Inti kekhalfahan adalah menjalankan atau menunaikan amanah.

2.2.3.5.1.2 Prinsip Keadilan

Jika ditafsirkan lebih lanjut dari ayat 282 surat Al-Baqarah tersebut mengandung prinsip keadilan dalam melakukan transaksi. Prinsip keadilan ini tidak saja merupakan nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan social dan bisnis, tetapi juga merupakan nilai yang secara interen melekat dalam fitrah manusia. Hal ini berarti bahwa manusia itu pada dasarnya

memiliki kapasitas dan energi untuk berbuat adil dalam setiap aspek kehidupan.

2.2.3.5.1.3 Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran ini sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan prinsip keadilan.

2.2.3.5.2 Orientasi MLM Syariah

Dalam MLM syariah, orientasi bisnis yang dilakukan tidak semata-mata bersifat duniawi atau hanya mendapatkan keuntungan yang bersifat materi semata, tapi ada yang jauh lebih besar dari hal tersebut, yaitu orientasi akhirat. Perusahaan MLM syariah adalah bisnis yang harus berorientasi pada pencapaian kebahagiaan dunia dan akhirat bagi para pelakunya.³⁶

Selain berorientasi pada profit sebagaimana usaha bisnis MLM lainnya, MLM Islami juga memiliki tujuan non materi yang berorientasi memberikan kontribusi dalam mengangkat perekonomian masyarakat, khususnya dalam hal memperluas jaringan lapangan kerja serta membantu menghimpun produk-produk berkualitas milik anak bangsa dan membangun wirausaha dikalangan generasi muda putus sekolah dengan pelatihan-pelatihan yang diberikan MLM Islami untuk berwirausaha sehingga mereka dapat menciptakan/membangun lapangan kerja bagi dirinya dan orang lain. MLM Islami tidak melupakan tujuan *ukhrowi* sehingga faktor zakat dan benefit lainnya non-materi seperti seperti

³⁶Kuswara, *Mengenal MLM Syari'ah* (Tangerang: Amal Actual, 2005), h. 123.

pertumbuhan, keberlangsungan dan keberkahan juga menjadi ciri khas MLM Islami.³⁷

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul penelitian ini adalah “Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi pada Tiens Stokis 202 Parepare).”

Selain itu, tinjauan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindarkan dari kesalahpahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembatasan makna dari judul tersebut.

- 2.3.1 Efektivitas adalah suatu proses pencapaian suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Suatu usaha atau kegiatan dapat dikatakan efektif apabila usaha atau kegiatan tersebut telah mencapai tujuannya. Apabila tujuan yang dimaksud adalah tujuan suatu instansi maka proses pencapaian tujuan tersebut merupakan keberhasilan dalam melaksanakan program atau kegiatan menurut wewenang, tugas dan fungsi instansi tersebut.
- 2.3.2 Fatwa adalah pendapat hukum Islam dari mufti atau ulama sebagai individu atau kolektif sebagai jawaban atas pertanyaan yang diajukan atau sebagai respon atas apa (masalah) yang berkembang dalam masyarakat.³⁸

³⁷Cecep Castrawijaya, *Etika Bisni MLM Syariah* (Tangerang Selatan: Sedaun Publishing, 2013), h. 9.

³⁸KH. Ma'ruf Amin dkk, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Perspektif Hukum Dan Perundang-Undangan*, (Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, Alamat: Gedung Kementerian Agama RI Jl. MH. Thamrin No. 6 Jakarta Pusat Bekerjasama dengan: Majelis Ulama Indonesia), h. XXV.

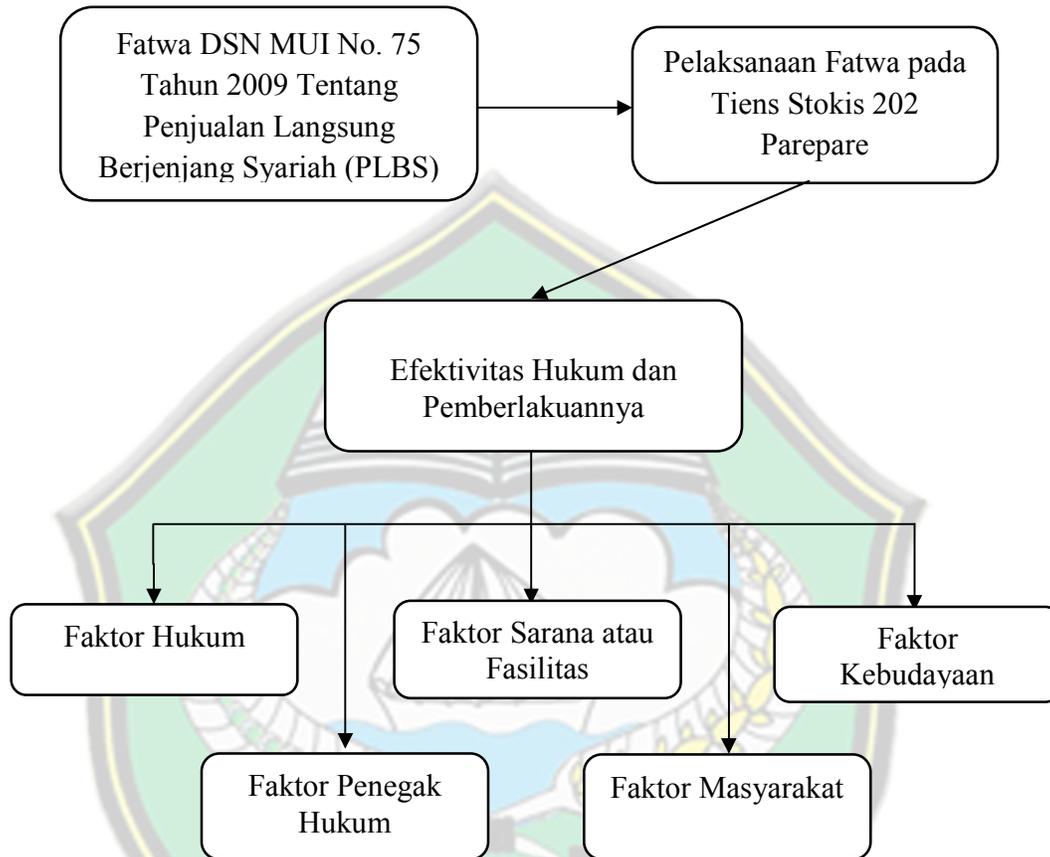
- 2.3.3 Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga yang dibentuk oleh MUI yang secara struktural berada dibawah MUI dan bertugas menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan ekonomi syariah, baik yang berhubungan langsung dengan lembaga keuangan syariah ataupun lainnya.³⁹
- 2.3.4 Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang mewadahi para ulama, *zu'ama*, dan cendikiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia.⁴⁰
- 2.3.5 Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Syariah adalah suatu konsep penyaluran barang (produk/jasa tertentu) yang memberi kesempatan pada konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan menikmati keuntungan di dalam garis kemitraannya/sponsorisasi.⁴¹
- 2.3.6 Tiens Stokis 202 Parepare adalah salah satu perusahaan bisnis MLM yang berasal dari China yang multinasional yang bergerak dibidang *retail*, pariwisata, keuangan, pandangan nasional, penjualan produk, dan sebagainya.

³⁹<http://jasrifirdaus.blogspot.co.id/2013/12/dewan-syariah-nasional-dsn-dan-dewan.html> (diakses 08 Oktober 2017).

⁴⁰https://id.wikipedia.org/wiki/Majelis_Ulama_Indonesia. (diakses 08 Oktober 2017).

⁴¹Lubis Suhrawardi K dan Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam* (Ed. 1. Cet. 2. Jakarta: Sinar Grafika, 2014), h. 182.

2.4 Bagan Kerangka Fikir



Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa didalam penelitian ini dikaji mengenai Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), apa fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yaitu ketentuan umum, ketentuan hukum dan ketentuan akadnya, bagaimana pelaksanaan fatwa tersebut pada Tiens Stokis 202 Parepare, serta bagaimana efektivitas hukum dan pemberlakuannya pada Tiens Stokis 202 Parepare, dan penjelasan-penjelasan lain yang dikemukakan dalam buku yang menyangkut dengan pembahsan penelitian ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

Tehnis dan sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan STAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Sistematika secara metodologi dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁴²

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menurut metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan apa yang diteliti, melalui observasi, wawancara, dan mempelajari dokumentasi⁴³. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sosiologis dengan melihat fakta-fakta bekerjanya hukum dalam suatu masyarakat dan badan hukum atau badan pemerintah serta mengumpulkan data dari sejumlah orang. Menurut tempat dilakukannya peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*).

Cara kerja dari metode pendekatan empiris atau sosiologis dalam penelitian ini, yaitu dari hasil pengumpulan dan penemuan data serta informasi awal (penelitian pendahuluan atau prariset) melalui studi kepustakaan dan observasi awal diperoleh masalah empiris dan konklusi awal terhadap masalah tersebut. Intinya, penelitian ini berupaya menggambarkan kondisi faktual yang diperoleh dari hasil pengolahan data

⁴²Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 30-36.

⁴³Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

secara kualitatif melalui dokumen-dokumen, teknik, dan hasil wawancara dengan narasumber atau informan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jl. Andi Makassar No. 51 Parepare, yaitu Tiens Stokis 202 yang merupakan salah satu cabang yang ada di Parepare.

3.3.2 Waktu Penelitian

Dalam hal ini, melakukan penelitian dalam rentang $\pm 1,5$ bulan yang dimana kegiatannya meliputi: persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data dan analisis data, dan penyusunan hasil penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Agar tidak terlalu luas dalam pembahasannya, maka diperlukan fokus dalam penelitian. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)(Studi pada Tiens Stokis 202 Parepare yang diuraikan pada 2 fokus tujuan yaitu pada fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 yang berdasarkan dengan fatwa DSN MUI No.75 tahun 2009. Kedua pelaksanaannya untuk melihat sejauh mana fatwa tersebut berjalan secara efektif sesuai dengan teori efektifitas hukum pada perusahaan penjualan langsung berjenjang.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuklainnya guna keperluan penelitian tersebut.⁴⁴Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumentasi tidak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti⁴⁵. Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti⁴⁶. Responden dalam hal ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam Tiens Stokis 202 Parepare. Sumber data primer adalah pihak yang terlibat dalam Tiens Stokis 202 Parepare. Pada sumber data primer, pihak yang dimaksud adalah pimpinan dan para distributor. Pimpinan dan para distributor yang dimaksud adalah yang terlibat dalam Tiens Stokis 202 Parepare, yang selanjutnya disebut populasi. Populasi tersebut akan dipersempit dengan menentukan kriteria sampel, yaitu pemilik dan para distributor.

3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undangan.⁴⁷

⁴⁴Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)* (Jakarta: Rineka cipta, 2006), h. 87.

⁴⁵Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 175.

⁴⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 34.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah teknik yang dipergunakan untuk mengumpulkan jenis-jenis data dalam penelitian. Dalam penelitian kepustakaan, metode yang penulis gunakan dalam proses pengumpulan data melalui tulisan adalah mengutip dengan menggunakan dua cara. *Pertama*, kutipan langsung, yaitu cara mengutip pendapat secara langsung dari sumber data, kata demi kata, kalimat demi kalimat dari sebuah teks asli yang ada dalam sumber tersebut dan diakhir kutipan diberikan *footnote* (catatan kaki). *Kedua*, kutipan tidak langsung, yaitu penulis mengutip ide dari sumber rujukan kemudian menuangkannya dalam redaksi penulis tanpa terikat pada redaksi yang ada dalam sumber tersebut.

Dalam mengumpulkan data di lapangan dilakukan dengan menggunakan cara metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.5.1 Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.⁴⁸ Dalam hal ini peneliti mengamati objek yang diteliti yang ada dilapangan kemudian penulis mencatat data-data secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki yang diperlukan dalam penelitian.⁴⁹

3.5.1.1 Obsevasi partisipasi (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengidraan dimana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian responden.

⁴⁷Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 175.

⁴⁸Husaini Husman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 54

⁴⁹Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 2* (Cet. XXIV; Yogyakarta: Andi Pffset, 1995), h. 136.

3.5.1.2 Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.

3.5.1.3 Observasi kelompok adalah observasi yang dilakukan secara berkelompok terhadap satu atau beberapa objek sekaligus.

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Inti dari metode wawancara ini bahwa disetiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara (yang terakhir ini tidak mesti harus ada).⁵⁰

3.5.3 Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen yang berfungsi sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.⁵¹ Secara detail bahan dokumentasi terbagi beberapa macam yaitu, kamera, alat perekam suara, dll.

⁵⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 126.

⁵¹Basrowi Suwardi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Indah, 2008), h. 158.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencandraan (*descriptioni*) dan penyusunan transkrip interview serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau didapatkan dilapangan⁵². Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan⁵³. Selain itu dilakukan pula proses siklus antara tahap-tahap tersebut, sehingga data yang berkumpul berhubungan satu dengan yang lainnya secara sistematis.⁵⁴

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data pada umumnya adalah metode induktif dan deduktif. Adapun tahapan proses analisis data adalah sebagai berikut:

3.6.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses pemilihan, pemusatan perhatian kepada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok dan penting, mencari tema dan pola, membuang data yang dianggap tidak penting. Reduksi data

⁵²Sudarman Danim, *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosiasl, Pendidikan, dan Humaniora* (Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 37.

⁵³SaifudinAzwar, *Metode Penelitian* (Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 40.

⁵⁴H.B Sutopo, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet I; Surakarta: UNS Press, 2002), h. 94.

berlangsung terus-menerus sampai sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.

3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Dengan menggabungkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa sumber data dan studi dokumentasi data yang disajikan berupa narasi kalimat, dimana setiap fenomena yang dilakukan atau diceritakan ditulis apa adanya kemudian peneliti memberikan interpretasi atau penilaian sehingga data yang disajikan menjadi bermakna.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*) atau Verifikasi Data

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila dilakukan verifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan yang baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas, meningkat menjadi rinci atau mengakar dengan pokok. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisa selama ia menulis⁵⁵.

⁵⁵H.B Sutopo, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet I; Surakarta: UNS Press, 2002), h. 91-93.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perkembangan TIENS di Indonesia

4.1.1 Gambaran Umum tentang Tiens

Tiens Group Co. Ltd. ("Tiens Group"), yang didirikan pada tahun 1995 oleh Mr. Li Jinyuan di Tianjin, China, kini merupakan perusahaan konglomerasi multinasional dalam berbagai bidang seperti bio-teknologi, pendidikan, bisnis ritel, pariwisata, institusi keuangan, perdagangan internasional serta bisnis elektronik dan sebagainya. Tiens Group mulai merambah pasar internasional di tahun 1997. Kini, dengan cakupan bisnis yang menjangkau lebih dari 190 negara, Tiens Group telah memiliki kantor cabang di lebih dari 110 negara serta membangun aliansi strategis yang kuat dengan berbagai perusahaan terkemuka di penjuru dunia. Melalui rangkaian produk makanan sehat, produk suplemen kesehatan, produk perawatan kulit, serta produk kebutuhan rumah tangga, Tiens Group berhasil tampil sebagai gaya hidup pilihan dalam bidang kesehatan, kecantikan, serta menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan bagi lebih dari 20 juta keluarga di seluruh dunia.

Berdasarkan ilmu biologi dan kehidupan, Tiens menggunakan "*High Tech Research*" untuk menghasilkan produk-produk yang bersaing di dunia International. Dengan dana besar Tiens membeli hak paten Bioteknologi modern untuk ekstraksi kalsium organik yang dikembangkan oleh Akademis Sains Cina. Beberapa penghargaan telah diterima, baik dari dalam maupun dari luar negeri.

Pada bulan Juli 1995, Tianshi mengadopsi "*Sistem Network Marketing*" dan dengan sistem manajemen yang unik, Tiens telah berhasil mengembangkan pasaran global dengan cepat, sehingga Tiens Group telah menjelma menjadi sebuah

perusahaan manufaktur internasional yang memiliki keunggulan dalam “*high tech research*” di bidang biologi, pendidikan, budaya, logistik modern dan finansial. Tiens *Group* telah membuka jalan kemajuan yang cocok dan dapat diaplikasikan diseluruh dunia.

Marketnya ada di 190 negara di seluruh dunia dan 10 Juta keluarga di dunia telah menjadi konsumen sekaligus distributor Tiens. Jumlah *stockist* di seluruh dunia telah mencapai 50.000 *stockist*. Tianshi juga memiliki cabang di 104 negara di dunia antara lain di Amerika Serikat (USA), Kanada, Brasil, Chili, Argentina, Inggris, Prancis, Jerman, Spanyol, Italia, Yunani, Arab, Libanon, Israel, Rusia, Ukraina, Kazakhastan, Mesir, Cote, Nigeria, Kenya, Afrika Selatan, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Brunei, India, Filipina, Kamboja, Vietnam, Laos, Burma, India, Bangladesh, Pakistan, Srilanka, Australia dan Hongkong.

Sebagai salah satu perusahaan MLM di dunia, Tiens *Group* telah berkembang menjadi salah satu perusahaan terkemuka di Cina, sekaligus menjadi salah satu pemegang bisnis MLM yang memiliki area pasar internasional terbesar di dunia. Pada Desember 2002, Tiens *Group* menerima penghargaan Berbasis MLM Tingkat Nasional” dan “Riset Berbasis Makanan Suplemen Tingkat Nasional” dari Badan Riset Republik Rakyat Cina. Pada saat itu juga saham Tianshi berhasil dipasarkan di pasar saham Amerika Serikat (*American Stock Exchange*).

Tiens menempatkan kepedulian sosial sebagai salah satu peran penting yang dijalankan. Sebagaimana diungkap oleh Forbes 2001, Tiens telah menyumbang US\$ 30 Juta (Rp. 270 milyar) untuk amal, dan itu bukan satu- satunya. Tiens menyumbang US\$ 8 Juta untuk SAR dan Rp 150 juta untuk korban gempa dan Tsunami di Aceh melalui PMI serta US\$ 1 juta melalui Palang Merah International.

Sejak 2001, Tiens Group membawawisibisnisnyakeIndonesia dengan membangun kantor cabang di Jakarta, Surabaya, Bandung, Palembang, Sulawesi, Medan dan Kalimantan. Dan untuk mendukung strategiperkembangannyapada bulan September 2006 yang lalu, Tiens telah mengadakan acara ulang tahun ke-11 di Jakarta dengan dihadiri lebih dari 100 ribu distributor dari 100 negara dan tercatat dalam rekor MURI (Museum Rekor Indonesia) sebagai acara dengan jumlah peserta terbesar dari berbagai negara. Pada kesempatan itu lebih dari 300 BMW, lebih dari 100 kapal pesiar, lebih dari 80 helikopter dan lebih dari 20 villa mewah diberikan secara gratis sebagai penghargaan kepada distributor berprestasi. Keberhasilan Tien Indonesia, dirasakan oleh pelajar dan mahasiswa masuk ke di berbagai perguruan tinggi yang ada di Indonesia, khususnya bisnis ini juga mulai berkembang di Universitas Sumatera Utara (USU) pada tahun 2009. Bisnis Tiens terus tumbuh dan semakin banyak mahasiswa yang menjadi pelaku MLM ini. Bahkan distributor MLM Tiens di kalangan mahasiswa semenjak tahun 2009 semakin berkembang sampai sekarang.

Berbekal prinsip dasar untuk senantiasa memberikan sumbangsih dan kontribusi amal kepada masyarakat, Tiens Group secara aktif menyelenggarakan tanggung jawab sosial perusahaan dan telah mendonasikan lebih dari 1.5 miliar RMB untuk kesejahteraan publik serta beragam aktivitas amal lainnya.

Salah satu kunci sukses dalam strategi mengembangkan pasar global Tiens Group adalah dengan membangun tim sumber daya manusia yang terdidik dan mampu berkisah secara lokal maupun global. Tiens Group memiliki tim bertaraf internasional yang tak terkalahkan dalam bidang riset, inovasi serta profesionalitas, yang meliputi lebih dari 8.000 orang karyawan, di mana 35% diantaranya menyangg gelar master/paska-sarjana atau lebih tinggi.

Tiens Group kini melaju pesat untuk menggapai target menjadi perusahaan yang termasuk dalam Fortune 500. Berbekal sistem manajemen terbaik, serta berbagai prinsip manajemen terkemuka seperti Teori Interaksi Enam Jaringan, Teori Alternatif dan Pertukaran Baru, Teori Supermarket Baru, Konsumsi Menciptakan Kemakmuran, serta Konsums dan Operasional Menciptakan Lebih Banyak Kemakmuran, Tiens melangkah kian mantap di masa mendatang.

- **Visi:** Menjadi Pemimpin Dunia dalam Industri Penjualan Langsung Untuk Pasar Massal.
- **Misi:** Menyediakan produk berkualitas serta peluang pendidikan dan sosial bagi para konsumen global untuk meningkatkan taraf hidup mereka serta menciptakan masyarakat yang harmonis dalam kehidupan.
- **Inti Merek TIENS:** Satu Dunia, Satu Keluarga
- **Nilai Inti Merek TIENS:** Inovasi Luar Biasa, Penuh Tanggung Jawab, Kerja Sama Tim yang Sempurna
- **Slogan Merek TIENS:** Bersama Kita Berbagi
- **Filosofi Bisnis:** Berkontribusi kepada masyarakat melalui peningkatan kesehatan umat manusia.
- **Semangat Perusahaan:** Berkontribusi melalui industrialisasi, serta menggapai tujuan yang lebih tinggi melalui kerja sama tim yang harmonis dan dedikasi yang tulus.
- **Panduan Kualitas:** Prinsip dasar untuk membangun kesehatan manusia, Perkembangan untuk mewujudkan inovasi teknis, Metode bagi perbaikan yang berkesinambungan, serta Hati untuk melayani dan memuaskan konsumen.

- **Prinsip Manajemen Organisasi:** Berpedoman pada pengetahuan, berbasis pada manajemen, berpusat pada hubungan, dan berorientasi pada orang.⁵⁶

4.2 Fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

Seiring dengan berkembang pesatnya pendirian dan minat masyarakat Indonesia terhadap bisnis MLM, pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang ditandatangani oleh ketua DSN MUI K.H. M.A. Sahal Mahfudh dan sekretaris H.M Ichwan Sam pada tanggal 25 Juli 2009 di Jakarta. Hal ini dilatarbelakangi oleh bisnis MLM yang telah berkembang pesat dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Selain itu, agar masyarakat mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah.

Menurut MUI, penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dikakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usahanya secara berturut-turut. Penjualan yang dimaksudkan dipenjelasan tersebut adalah penjualan yang berbasis syariah. Tidak mengandung kegiatan *money game*. *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktek memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau bergabung dan bukan dari hasil penjualan produk, namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

⁵⁶<https://tianshinews.wordpress.com/profil-perusahaan/>. (diakses 10 Desember 2017)

Berdasarkan fatwa tersebut sebuah perusahaan MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik dalam produk yang dijual maupun operasionalnya, apabila memenuhi 12 poin seperti yang ditetapkan dalam fatwa tersebut. Dalam Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tersebut terdapat ketentuan umum, ketentuan hukum dan ketentuan akad, antara lain sebagai berikut.⁵⁷

a. Ketentuan Umum

Adapun ketentuan umum dalam fatwa ini, antara lain:

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 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 dinilai, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Produk jasa adalah setiap pelayanan 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 pemakai barang dan/atau jasa, dan tidak untuk diperdagangkan.

⁵⁷Fatwa MUI No. 75/VII/2009, h. 5-7.

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 dan/atau produk jasa.
7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan/atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. Ighrar' 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 bonus dan komisi dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan hasil dari penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.
10. Excessive mark-up adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya.
11. Member get member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. Mitra usaha/stockist adalah pengecek/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

b. Ketentuan Hukum

Belakangan ini di Indonesia semakin banyak muncul perusahaan- perusahaan yang menjual produknya melalui sistem *Multi Level Marketing* (MLM). Karena itu, perlu dibahas hukumnya menurut syari'ah Islam.⁵⁸ Semakin banyaknya perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang berkembang maka untuk itu, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada tahun 2009 mengeluarkan fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Dalam fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM, agar dalam sistemnya dapat berjalan sesuai Syariah. Ketentuan-ketentuan hukum dalam fatwa No: 75/DSNMUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) adalah sebagaiberikut:

1. Adanya objek transaksi real yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan buka sesuatu yang diharamkan dan/atau yang digunakan untuk sesuatu yang haram.
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maisir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan maksiat.
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*Excessive mark up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh.

⁵⁸Agustianto."Fiqh Muamalah", dalam <http://www.agustiantocentre.com.html>, (diakses 10 Desember 2017).

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja yang nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS/MLM Syariah tersebut.
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus oleh perusahaan tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra (memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebihan).
9. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus terhadap anggota pertama dan anggota yang berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat, dll.
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan perusahaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

12. Tidak melakukan kegiatan money game (perjudian murni yang tidak ada produk apapun dalam bentuk barang ataupun jasa).⁵⁹

c. Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah), adalah:

1. Akad *Bai' Murabahah* yang merujuk pada substansi Fatwa No: 4/DSNMUI/IV/2000 tentang Murabahah, Fatwa No: 16/DSNMUI/IX/2000 tentang diskon dalam Murabahah.

Jual beli Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam jual beli Murabahah penjual harus memberi tahu harga produk yang jual belikan dan menentukan suatu tingkatan keuntungan sebagai tambahannya.⁶⁰

Syarat dan rukun Murabahah

- 1) Syarat Murabahah yaitu sebagai berikut:
 - a. Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah
 - b. Kontrak pertama harus sah sesuai rukun yang ditetapkan
 - c. Kontrak harus bebas dari riba
 - d. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli apabila ada barang yang rusak atas barang sesudah pembelian
 - e. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.

⁵⁹Fatwa DSN-MUI, h. 6-7.

⁶⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 101.

- 2) Rukun Murabahah yaitu sebagai berikut:
 - a. Pelaku akad, yaitu penjual dan pembeli
 - b. Objek akad
 - c. Sigat⁶¹
2. Akad *Wakalah bil Ujrah* merujuk pada substansi Fatwa No: 52/DSNMUI/2006 tentang Wakalah bil Ujrah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

Akad *Wakalah bil Ujrah* adalah pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dengan pemberian *ujrah* (Fee).⁶² Akad *wakalah* bisa dilaksanakan dengan upah atau tanpa upah. Ketika akad *wakalah bil ujrah* telah sempurna, maka akad tersebut bersifat mengikat. Dalam artian orang yang disewa tenaganya yang memiliki kewajiban untuk menyelesaikan sebuah pekerjaan, kecuali ada halangan yang bersifat syar'i. Dalam akad *wakalah bil ujrah* ini dapat diterapkan pada produk asuransi Syariah yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun unsur tabarru' (*non saving*).⁶³

⁶¹Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 82.

⁶²Dimyudin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 240.

⁶³Fatwa Dewan Syariah MUI: Tentang Akad *Wakalah bil Ujrah* pada asuransi syariah dan reasuransi syariah No: 52/DSNMUI/2006.

3. Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No: 62/DSNMUI/XII/2007.

Akad *Ju'alah* adalah perjanjian imbalan tertentu dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.⁶⁴

Rukun dan syarat *Ju'alah*:

- 1) Rukun *Ju'alah*
 - a. *Aqidain* (dua orang yang berakad).
 - b. *Shighat*
 - c. Pekerjaan mencari barang
 - d. Upah atau hadiah
 - 2) Syariah *Ju'alah*
 - a. Pekerjaan yang diminati dikerjakan adalah mubah.
 - b. Upah dalam *jualah* berupa harta yang diketahui jenis dan ukurannya karena upah yang tidak diketahui tidak sesuai dengan tujuan transaksi *jualah*.
 - c. Upah dalam *jualah* harus suci, dapat diserahkan, dan dimiliki peminta *jualah*.
 - d. Pekerja menyelesaikan pekerjaan yang diminta dalam *jualah* dan menyerahkannya kepada yang menyuruhnya.⁶⁵
4. Akad *Ijarah* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.

⁶⁴Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 314.

⁶⁵Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 315.

Landasan syariah akad *ijarah* adalah Fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarah*.⁶⁶

Rukun dan syarat *Ijarah* adalah sebagai berikut:

- 1) *Mu'jir* dan *mustajir* yaitu orang yang melakukan akad sewa-menyewa atau upah-mengupah. *Mu'jir* adalah orang yang memberikan upah dan yang menyewakan, *mustajir* adalah orang yang menerima upah. Syaratnya harus *baligh*. Iberakal, cakap, melakukan tasharruf, dan saling meridhai.
- 2) *Shighat*, ijab qabul antara *mu'jir* dan *mustajir*.
- 3) *Ujrah*, disyaratkan diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak, baik dalam sewa-menyewa maupun upah-mengupah.
- 4) Barang yang disewakan atau sesuatu yang dikerjakan dalam upah – mengupah, disyaratkan pada barang-barang yang disewakan dengan beberapa syarat berikut:
 - a. Barang yang menjadi objek sewa-menyewa dapat dimanfaatkan kegunaannya.
 - b. Hendaklah benda yang menjadi objek sewa-menyewa dapat diserahkan kepada penyewa dan pekerjanya berikut kegunaannya (khusus dala sewa-menyewa).
 - c. Manfaat dari benda yang disewa adalah perkara yang mubah.
 - d. Benda yang disewa disyaratkan kekal.⁶⁷

⁶⁶Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 85.

⁶⁷Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawalupers, 2011), h. 117-118.

4.3 Pelaksanaan Fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada Tiens Stokis 202 Parepare

Penjualan atau pemasaran menurut Kotler adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁶⁸

Menurut *AmericanMarketingAssociation* (AMA) menawarkan menawarkan definisi formal berikut: *Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi fungsi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.*⁶⁹ Pengertian ini hampir sama dengan kegiatan distribusi, sehingga belum menunjukkan asas-asas pemasaran, terutama dalam menentukan barang atau jasa yang akan dihasilkan.

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran baik dari pengertian sempit maupun luas secara keseluruhan memiliki tujuan yang sama yaitu membuat pasar/konsumen tetap loyal terhadap produk perusahaan dalam jangka waktu panjang agar tercipta suatu siklus hubungan yang kontinyu dan harmonis antara perusahaan dan pangsanya.⁷⁰

⁶⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Mellinium I, (Jakarta: Pehallindo, 2002), h. 9.

⁶⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 5.

⁷⁰Cecep Catrawijaya, *Etika Bisnis MLM Syariah*, (Tangerang Selatan: Sedaun Publishing, 2013),h. 57.

4.3.1 Sistem Pejualan Produk dan Perekrutan Anggota

4.3.1.1 Sistem Penjualan Produk

Sistem penjualan produk pada Tiens Stokis 202 Parepare melalui penggunaan distributor. Distributor dalam perusahaan MLM adalah orang-perorangan yang bersedia bergabung menjadai mitra usaha dengan cara mendaftarkan diri melalui perjanjian tertulis antara perusahaan dengan dirinya sebagai pribadi, kemudian dengan itu ia disetujui dan diakui keanggotannya oleh suatu perusahaan MLM.

“Setiap distributor dalam perusahaan Tiens yang tergabung dalam organisasi kami membentuk jaringan kerja atau satuan *networking* tertentu.”⁷¹

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare tersebut, hubungan yang dimiliki antara masing-masing distributor dalam satuan *networking* yang sama adalah sebagai berikut:⁷²

- a. *Upline*, yaitu distributor yang menjadi sponsor bagi distributor lain
- b. *Dowline*, yaitu orang yang disponsori oleh distributor lain, atau orang yang direkrut oleh distributor yang sudah lebih dahulu terdaftar menjadi distributor perusahaan.

Masing-masing distributor untuk setiap peringkat berhak mendapatkan presentase harga tertentu seperti komisi, bonus, atau rabat dari total penjualan yang dilakukan kelompoknya, juga berbagai hadiah atau perhargaan lain, seperti pin penghargaan, kesempatan bertamasya ke mancanegara, mendapat rumah, mobil mewah, dan sebagainya.

Konsumen dalam konteks Tiens adalah masyarakat pengguna atau pembeli produk perusahaan Tiens yang bertujuan untuk mengkosumsi produk secara

⁷¹Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

⁷²MLM Leaders, *The Secret Book of MLM* (Surabaya: MIC, 2008), h. 196-203.

pribadi. Konsumen dalam konteks Tiens dapat berarti 2 (dua), pertama orang yang membeli dan menggunakan produk melalui penjualan langsung yang dilakukan oleh seorang distributor perusahaan Tiens. Kedua, distributor secara pribadi berhak menjadi konsumen bagi perusahaan. Masing-masing distributor untuk setiap peringkat berhak mendapatkan presentase potongan harga tertentu seperti komisi, bonus atau rabat dari total penjualan yang dilakukan kelompoknya juga berbagi hadiah atau penghargaan lain, seperti pin penghargaan, kesempatan bertamasya ke mancanegara, mendapat rumah, mobil mewah, dan sebagainya.

Konsumen non-distributor hanya dapat membeli produk Tiens melalui distributor perusahaan, sebab produk tersebut tidak dapat dibeli di tempat-tempat umum seperti toko, pasar swalayan, departemen store, salon, bengkel, apotek, dll. Konsumen non-distributor tidak dapat membeli atau memesan langsung produk Tiens dari perusahaan yang bersangkutan, dengan maksud untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari harga yang ditawarkan oleh seorang distributor.

Setiap perusahaan yang bergabung dengan Tiens akan dikenakan biaya pendaftaran ini nilainya relative kecil dan umumnya dapat dijangkau oleh semua orang. Biaya tersebut dikenakan untuk memperoleh apa yang biasanya disebut *starter kit*, *starter pack*, *sales kit*, atau *business pack*. Sistem kerja Tiens juga meliputi sistem pelatihan (*support system*) berupa pengajaran materi serta motivasi yang bertujuan untuk memudahkan setiap distributor dalam menjalani sistem. Pelatihan biasanya dilakukan oleh pembangun jaringan (*network builder/achiever*) yang telah berhasil mencetak prestasi tertentu.

Dengan kondisi seperti itu, dibutuhkan motivasi yang besar untuk menggerakkan para distributor agar kinerjanya meningkat. Hal tersebut dikatakan

oleh Ibu Hj. Erni selaku Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare yang mengatakan bahwa:

“Jumlah penjualan produk Tiens hampir selalu sama grafik perkembangannya. Terutama pada awal tahun yaitu di tiap bulannya omset penjualan produk sangat rendah, hal ini dikarenakan para distributor masih berpikiran bahwa masih ada *downline* yang akan mengejar target dan akan membantu mereka sehingga distributor (*upline*) jadi malas dalam mengejar target. Padahal omset mereka di akhir tahun yaitu pada bulan Desember sangat tinggi. Dan hal tersebut terjadi dikarenakan pada akhir tahun selalu ada hadiah yang akan diberikan Tiens apabila target mereka tercapai sehingga mereka mati-matian bekerja untuk memperoleh omset setinggi-tingginya. Jadi menurut saya, para distributor ini akan giat bekerja apabila ada reward atau hadiah yang akan diberikan.”⁷³

Dan hal yang serupa yang dikatakan oleh salah satu distributor Tiens Stokis 202 Parepare yang sudah menjadi salah satu *leader* di grup Tiensnya yaitu Bapak Hamdan Tantu yang mengatakan bahwa:

“Sistem yang ada dalam Tiens itu sangat bagus, namun tinggi rendahnya omset itu dipengaruhi oleh kesadaran dari para distributornya sendiri dalam bekerja keras untuk mengejar omset yang tinggi. Omset rendah itu wajar saja terjadi karena tidak ada challenge apapun sehingga membuat kami para distributor Tiens merasa tidak ada yg perlu dikejar. Selain itu, kami para distributor ingin istirahat sebentar dalam mengejar omset karena kami bekerja habis-habisan di akhir tahun untuk tembus atau mendapatkan hadiah atau challenge yang diberikan. Lain halnya jika di tiap bulan diadakan challenge lagi, kami pasti akan sama bekerja nya seperti di bulan Desember.”⁷⁴

Pergerakan omset di setiap perusahaan pasti akan mengalami siklus naik dan siklus turun. Hal tersebut tergantung dari sikap perusahaan tentang bagaimana menjaga momentum yang naik dan tentang bagaimana menaikkan momentum yang turun. Selain itu, setiap perusahaan mempunyai strategi tersendiri dalam menaikkan produktifitas dan kinerja para karyawannya agar selalu berprestasi dalam

⁷³Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

⁷⁴Wawancara dengan Bapak Hamdan Tantu, Distributor sekaligus *Leader* Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

bekerja. Seperti halnya yang dikatakan oleh Ibu Hj. Erni yaitu:

“Dalam menjaga momentum naiknya omset dan menaikkan omset yang turun, pastinya kami selaku perusahaan yang menaungi para distributor Tiens memiliki cara tersendiri agar produktifitas kinerja tetap terjaga. Kami selalu memberikan hal-hal yang membuat para distributor termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya. Misalnya dengan mengadakan jalan-jalan gratis ke salah satu objek wisata yang ada di Indonesia bagi mereka yang memenuhi target omsetnya. Selain itu setiap seminggu sekali ada diadakan pertemuan yang berfungsi memberikan motivasi dan semangat kepada para distributor dan untuk mengajak calon distributor baru untuk bergabung bersama Tianshi, pertemuannya adalah Open Plan Presentation (OPP). Dan ada juga pertemuan yang diadakan setiap sebulan sekali dan tiga bulansekali.”⁷⁵

4.3.1.2 Sistem Perekrutan Anggota

Sistem perekrutan pada Tiens berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare adalah

“Sistem perekrutannya ada dua macam yang kami gunakan untuk setiap anggota, baik dalam pertemuan rutin maupun perekrutan prospek”⁷⁶

Berikut ini, akan penulis jabarkan mengenai sistem perekrutan anggota pada Tiens Stokis 202 Parepare:

4.3.1.2.1 Pertemuan Rutin

Peneliti mengobservasi pertemuan yang berlangsung di Tiens, observasi dilaksanakan pada dua kali pertemuan *Opotunity Preview (OP)*, satu kali *Producere Meeting (PM)* dan satu kali *Vision Seminar (VS)*. Distributor Tiens selalu menggunakan pakaian rapi seperti jas atau kemeja untuk Pria dan Dress untuk wanita dalam setiap pertemuan. Mereka sangat ramah dikarenakan terbiasa melakukan komunikasi dengan prospek dalam perekrutan.

⁷⁵Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

⁷⁶Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

Pertemuan yang dilakukan oleh para distributor Tiens setiap minggunya sangat membantu untuk meningkatkan omset mereka. Pertemuan ini merupakan fasilitas yang diajukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi dan motivasi kepada para distributor dan calon distributor baru. Pertemuan OPP ini adalah pertemuan terkecil yang terdapat dalam Tiens. Dan dari sinilah terlahir para distributor-distributor baru Tiens Stokis 202 Parepare.

4.3.1.2.2 Perekrutan Prospek

Perekrutan dilakukan setelah pertemuan rutin selesai atau *upline* mendatangi prospek di rumah dan ditempat yang telah dijanjikan sebelumnya. Sekarang perekrutan dilakukan dengan cara membuat daftar nama prospek, setelah itu *upline* akan menelepon prospek untuk membuat janji, prospek yang direkrut biasanya adalah teman atau keluarga dari *upline*. Setelah bertemu maka seorang *upline* akan berbincang-bincang mengenai keseharian prospek atau kebutuhan apa yang diinginkan oleh prospek. Setelah berbincang-bincang maka seorang *upline* akan mempresentasikan bisnis untuk membuat prospek tertarik dengan Tiens.

Ketertarikan dari prospek menjadi alat untuk *upline* merekrutnya, sehingga akan ada *follow up* untuk menanyakan hasrat prospek untuk bergabung atau tidak. Jika tidak seorang *upline* meminta saran teman yang memang membutuhkan MLM. Jika bergabung maka seorang prospek akan membayar sebuah uang untuk mendaftar sebagai anggota Tiens. Komunikasi tatap muka yang dilakukan *upline* dengan prospek memudahkan pesan sampai karena prospek akan memperhatikan isi pesan dan komunikasi yang terjalin dengan *upline* tidak kaku, karena *upline* mempresentasikannya dengan gaya bahasa yang disesuaikan dengan karakteristik dari prospek tersebut.

Sehingga dari keinginan prospek untuk bergabung semakin besar. Prospek juga menanyakan kembali mengenai bisnis di Tiens, tatkala dia sedikit bingung dengan penjelasan *upline* sehingga komunikasi antara *upline* dan prospek berlangsung dua arah. Perekrutan juga tidak selamanya berjalan mulus, karena prospek terkadang tidak mau *follow up* lagi, biasanya setelah pertemuan pertama maka mereka menolak untuk bertemu kembali atau menghindar atau tidak menjawab telepon dan sms dari *upline*. Bentuk *follow up* dari *upline* biasanya dengan mengajak prospek datang ke pertemuan rutin Tiens agar keinginan untuk bergabung dapat tumbuh.

Dalam pertemuan yang berlangsung sekitar 2-4 jam seorang prospek akan mendengarkan dan mengikuti dari awal acara hingga akhir setelah acara selesai maka *upline* akan menanyakan hal yang tidak dimengerti atau apa pesan yang dapat ditangkap oleh prospek. Jika tidak ada pertanyaan, *upline* akan merangkum hasil pertemuan selama 10 menit kemudian menanyakan keinginan bergabung. Prospek biasanya akan membuat janji kembali untuk menjawab keputusan bergabung atau tidak. Ada prospek yang akan langsung bergabung tetapi banyak juga yang memilih berfikir beberapa hari kedepan.

Jika sudah bergabung dengan Tiens, tentu akan ada dana untuk bergabung sebagai distributor. Dana tersebut tergantung peringkat yang akan prospek inginkan. Tiens memberikan pilihan untuk bintang 2, 3 atau 4 tetapi sangat disarankan bintang 3 karena sudah full member, semua bisa didapat oleh prospek. Jika bergabung dengan Tiens pada peringkat bintang 2 membayar 2.200.000 jika tidak ada promo maka membayar 4.000.000, bintang 3 membayar sebesar 3.300.000 jika tidak ada promo 6.000.000, bintang 4 dan ada promo maka mereka membayar sebesar 4.400.000 jika

tidak ada promo maka harus membayar 8.000.000, tetapi promo biasanya berlangsung selama 2-3 bulan sehingga dalam mendapatkan prospek seorang *upline* akan bersemangat sekali di bulan promo.

Bulan promo juga mempengaruhi perekrutan prospek di Tiens karena jika murah biaya masuknya maka seorang prospek semakin banyak yang bergabung jika tidak keinginan tergabung terkadang terkendala dari sisi keuangan prospek yang kebanyakan mahasiswa atau pelajar. Hal tersebut terjadi karena informasi yang telah disampaikan dapat diterima oleh calon distributor baru dan pastinya ada sebab-sebab lain yang membuat mereka dapat bergabung bersama Tiens. Seperti yang dipaparkan oleh Sasmita Sakur yang merupakan mahasiswi STAIN Parepare Jurusan Tarbiyah yang baru bergabung menjadi distributor Tiens Stokis 202 Parepare yang mengatakan bahwa:

“Tiens adalah MLM pertama yang saya kenal, sebelumnya saya belum pernah mendengar yang namanya MLM. Saya mendapatkan informasi yang begitu jelas di pertemuan OPP. Yang membuat saya bergabung yaitu karena reward yang ditawarkan sangat memotivasi saya untuk mendapatkannya apalagi sudah banyak yang mendapatkan reward tersebut jadi saya semakin termotivasi. Selain itu saya juga ingin mendapatkan pengembangan diri yang positif untuk diri saya sendiri karena saya orangnya pemalu.”⁷⁷

Tidak semua orang atau masyarakat yang dapat menerima informasi Tiens ini. Bahkan banyak masyarakat yang menolak untuk bergabung menjadi distributor MLM Tiens dengan berbagai macam alasan. Seperti yang dikatakan oleh Arya yang merupakan mahasiswa STAIN Parepare jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang sudah lama bergabung dengan Tiens yang mengatakan bahwa:

⁷⁷Wawancara dengan Sasmita Sakur, Distributor Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

“Bisnis Tiens memang bagus, cuman beberapa masyarakat merasa gak percaya sama yang bisnis MLM Tiens, modal untuk bergabungnya saja sampai jutaan mana bisamasyarakat yang tergolong kurang mampu mendapatkan uang segitu banyak apalagi seperti pelajar atau mahasiswa. Selain itu pertemuannya bayar lagi, seharusnya kan gratis biar banyak yang datang. Makanya beberapa masyarakat tidak mau bergabung dengan Tiens.”⁷⁸

Banyak juga distributor Tiens Stokis 202 Parepare yang bergabung dikarenakan kualitas produknya, seperti yang dinyatakan oleh Andi Verah yang merupakan salah satu mahasiswi STAIN Parepare Jurusan Syariah dan Ekonomi Islamyaitu:

“Ketika saya ditawarkan oleh teman sekelas saya untuk bergabung di bisnis Tiens, saya menolak bisnis ini mentah-mentah. Beberapa hari kemudian sakit tipes saya kumat, dan harus dioperasi tapi saya gak mau, akhirnya saya hubungi teman saya yang jalani Tiens itu dan saya minta obat untuk sembuhin sakit saya. Dia kasih saya Muncord Capsule dan langsung saya konsumsi rutin selama seminggu, dan akhirnya saya tidak jadi dioperasi karena penyakit saya membaik. Semenjak itu saya langsung bergabung dengan Tiens dan mengembangkannya.”⁷⁹

4.3.2 Sistem Pembagian Bonus

Sistem pembagian bonus dalam MLM di kenal dengan istilah komisi. Komisi dalam sistem MLM berkaitan dengan penghasilan yang diperoleh mitra usaha atas jasanya dalam penjualan produk perusahaan kepada konsumen akhir. Besarnya komisi seorang distributor ditentukan dari target penjualan yang dilakukannya sendiri dan yang dilakukannya sendiri dan yang dilakkan oleh jaringannya.

“Komisinya bermacam-macam, kadang potongan harga, bonus atau insentif yang di tetapkan oleh perusahaan”.⁸⁰

⁷⁸Wawancara dengan Arya, Distributor Tiens Stokis 202 Parepare, 05 Desember 2017.

⁷⁹Wawancara dengan Andi Verah, Distributor Tiens Stokis 202 Parepare, 05 Desember 2017.

⁸⁰Wawancara dengan Bapak Hamdan Tantu, Distributor sekaligus *Leader* Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

“Jadi saat kami mendaftar kami diberitahukan mengenai sistem pembagian bonusnya. Pembagiannya bermacam-macam dan diberikan secara berjenjang yang sesuai dengan nilai penjualan kami.”⁸¹

“Bonusnya didasarkan atas jenjang tertentu dalam sistem *Multi Level Marketing* berkaitan dengan prestasi penjualan seorang mitra usaha dalam periode tertentu, ini sebagai motivasi bagi mitra atau anggota kami agar dapat mempertahankan prestasinya pada beberapa periode secara berturut-turut.”⁸²

Berdasarkan wawancara dengan anggota (distributor) dan penanggung jawab Tiens Stokis 202 Parepare penulis dapat menarik kesimpulan bahwa komisi tersebut berupa potongan, bonus, atau insentif yang ditetapkan perusahaan secara berjenjang sesuai dengan nilai penjualan yang telah diberitahukan kepada setiap mitra usaha sejak mereka mendaftar menjadi anggota. Bonus yang didasarkan atas jenjang tertentu dalam sistem MLM masih berkaitan dengan prestasi penjualan seorang mitra usaha dalam periode tertentu, namun prestasi tersebut harus dapat dipertahankan olehnya dalam beberapa periode secara berturut-turut. Berikut ini penulis memaparkan pemberian bonus atau komisi terhadap anggota Tiens.

Dasar pemberian bonus-bonus tersebut dengan demikian terikat sepenuhnya pada “sistem pembagian bonus langsung dan tidak langsung (dengan catatan memberi *support system* pada anggota jika referensi tidak langsung)”. Dengan kata lain, Tiens Stokis 202 Parepare tidak memberikan bonus hanya kepada anggota yang melakukan kerja perekrutan atau kerja mereferensikan anggota baru. Seberapa banyak jumlah anggota baru yang berhasil direkrut, sebanyak direferensikan itulah bonus-bonus yang menjadi hak perekrut.

⁸¹Wawancara dengan Andi Verah, Distributor Tiens Stokis 202 Parepare, 05 Desember 2017.

⁸²Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

Perolehan komisi dibayarkan oleh Tiens Stokis 202 Parepare hanya berwenang untuk memasarkan produk, membantu proses pendaftaran, dan melakukan pembinaan anggota yang mendaftar melalui Tiens Stokis 202 Parepare.

4.3.2.1 Kenaikan peringkat serta Hak dan Kewajibannya

4.3.2.1.1 Peringkat Dasar

4.3.2.1.1.1 Distributor Bintang Satu

Kualifikasi : Secara perorangan membeli satu set “Starter Kit TIENS”, dan membeli produk TIENS jenis apapun yang memiliki PV BV. Setelah melalui persetujuan Perusahaan, maka menjadi Distributor Bintang Satu TIENS.

Hak dan kewajiban : Distributor tersebut dapat membeli produk dari Perusahaan dengan harga Distributor, memperoleh laba retail dan berhak untuk merekomendasikan orang lain untuk bergabung dengan bisnis TIENS.

4.3.2.1.1.2 Distributor Bintang Dua

Kualifikasi Kenaikan : Nilai pembelian produk Distributor Bintang Satu yang lebih besar atau sama dengan 500PV (yaitu Basic Sale), di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Dua.

Hak dan kewajiban : Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus sebesar 8% dari BV penjualan langsung sebagai bonus langsung.

4.3.2.1.1.3 Distributor Bintang Tiga

Kualifikasi Kenaikan :

Cara Pertama : Nilai pembelian produk Distributor Bintang Dua secara perorangan lebih besar atau sama dengan 2,000PV, di bulan yang sama naik menjadi Distributor Bintang Tiga.

Cara Kedua : Distributor yang baru bergabung atau Bintang Satu sekaligus membeli produk dengan nilai lebih besar atau sama dengan 2,000PV, di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Tiga.

Cara Ketiga : Distributor yang baru bergabung langsung membeli produk senilai 1,000PV, dan dalam waktu 2 bulan memiliki 2 kaki langsung yang masing-masing membeli produk senilai 1,000 PV.

Hak dan kewajiban :

4.3.2.1.1.3.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 12% dari BV penjualan langsung pada bulan bersangkutan, serta bonus tidak langsung yang berkaitan.

4.3.2.1.1.3.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus sebesar 4% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan jika PPV lebih besar atau sama dengan 50PV sebagai bonus variabel.

4.3.2.1.1.4 Distributor Bintang Empat

Kualifikasi Kenaikan :

Cara Pertama : Distributor yang baru bergabung sekaligus membeli produk Perusahaan yang nilai totalnya lebih besar atau sama dengan 8,000PV, di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Empat.

Cara Kedua : Akumulasi pembelian produk pribadi lebih besar atau sama dengan 12,000PV, di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Empat.

Cara Ketiga : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Tiga, paling sedikit terdapat 3 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Tiga, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 10,000PV, di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Empat.

Cara keempat : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Tiga, paling sedikit terdapat 2 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Tiga, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 20,000PV, di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Empat.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.1.4.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 16% dari BV penjualan langsung di bulan yang bersangkutan, serta bonus tidak langsung yang berkaitan.

4.3.2.1.1.4.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus sebesar 4% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan jika PPV lebih besar atau sama dengan 150PV sebagai bonus variabel.

4.3.2.1.1.5 Distributor Bintang Lima

Kualifikasi Kenaikan : Dalam beberapa jaringan langsung Distributor peringkat Bintang Tiga atau ke atas, yang memenuhi salah satu syarat kenaikan peringkat di bawah ini, maka di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Lima.

Cara Pertama : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 80,000PV.

Cara Kedua : Paling sedikit memiliki 3 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 40,000PV.

Cara Ketiga : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, juga memiliki 4 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Tiga, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 40,000PV.

Cara Keempat : Paling sedikit memiliki 1 jaringan yang terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, juga memiliki 6 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Tiga, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 40,000PV.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.1.5.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 24% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan serta bonus tidak langsung yang berkaitan, jika PPV lebih besar atau sama dengan 300PV.

4.3.2.1.1.5.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus kepemimpinan 1 generasi Downline berperingkat se-level jika di bulan yang bersangkutan GPV lebih besar atau sama dengan 3,000PV.

4.3.2.1.1.6 Distributor Bintang Enam

Kualifikasi Kenaikan : Dalam beberapa jaringan langsung Distributor peringkat Bintang Tiga atau ke atas, yang memenuhi salah satu syarat kenaikan peringkat di bawah ini, maka di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Enam.

Cara Pertama : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 300,000PV.

Cara Kedua : Paling sedikit memiliki 3 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 150,000PV.

Cara Ketiga : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, juga memiliki 4 jaringan lain yang masing-masing

terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 150,000PV.

Cara Keempat : Paling sedikit memiliki 1 jaringan yang terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, juga memiliki 6 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Empat, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 150,000PV.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.1.6.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 28% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan serta bonus tidak langsung yang berkaitan, jika PPV lebih besar atau sama dengan 500PV.

4.3.2.1.1.6.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus kepemimpinan 2 generasi Downline berperingkat se-level jika di bulan yang bersangkutan GPV lebih besar atau sama dengan 5,000PV.

4.3.2.1.1.7 Distributor Bintang Tujuh

Kualifikasi Kenaikan : Dalam beberapa jaringan langsung Distributor peringkat Bintang Tiga atau ke atas, yang memenuhi salah satu syarat kenaikan peringkat di bawah ini, maka di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Tujuh.

Cara Pertama : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 1,000,000PV.

Cara Kedua : Paling sedikit memiliki 3 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 500,000PV.

Cara Ketiga : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, juga memiliki 4 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 500,000PV.

Cara keempat : Paling sedikit memiliki 1 jaringan yang terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, juga memiliki 6 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Lima, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 500,000PV.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.1.7.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 32% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan serta bonus tidak langsung yang berkaitan, jika PPV lebih besar atau sama dengan 900PV.

4.3.2.1.1.7.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus kepemimpinan 4 generasi Downline berperingkat se-level jika di bulan yang bersangkutan GPV lebih besar atau sama dengan 9,000PV.

4.3.2.1.1.8 Distributor Bintang Delapan

Kualifikasi Kenaikan : Dalam beberapa jaringan langsung Distributor peringkat Bintang Tiga atau ke atas, yang memenuhi salah satu syarat kenaikan peringkat di bawah ini, maka di bulan yang sama dapat naik menjadi Distributor Bintang Tujuh.

Cara Pertama : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Tujuh, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 4,000,000PV.

Cara Kedua : Paling sedikit memiliki 3 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Tujuh, dan ATNPV lebih besar atau sama dengan 2,000,000PV.

Cara Ketiga : Paling sedikit memiliki 2 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Tujuh, juga memiliki 4 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 2,000,000PV.

Cara Keempat : Paling sedikit memiliki 1 jaringan yang terdapat 1 orang Distributor Bintang Tujuh, juga memiliki 6 jaringan lain yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor Bintang Enam, di samping itu ATNPV lebih besar atau sama dengan 2,000,000PV.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.1.8.1 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 36% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan serta bonus tidak langsung yang berkaitan, jika PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV.

4.3.2.1.1.8.2 Distributor peringkat ini dapat memperoleh bonus kepemimpinan 10 generasi Downline berperingkat se-level jika di bulan yang bersangkutan GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV.

4.3.2.1.2 Peringkat Kehormatan

Setelah mencapai peringkat Distributor Bintang Delapan, karena jaringan yang selangkah lebih luas lagi, Perusahaan TIENS akan memberikan gelar kehormatan yang sesuai bagi Distributornya. Setiap bulannya akan diambil sebesar 5,5% dari BV total sales seluruh dunia, sebagai bonus sharing internasional untuk Distributor peringkat kehormatan; Di antaranya bonus sharing internasional Bronze

Lion sebesar 1%, Silver Lion sebesar 0.75%. Gold Lion sebesar 0.5%, Diamond Gold Lion Bintang 1, Diamond Gold Lion Bintang 2, Diamond Gold Lion Bintang 3, Diamond Gold Lion Bintang 4, Diamond Gold Lion Bintang 5 sebesar 0.5%, bonus sharing internasional Direktur sebesar 0,25%, bonus prestasi seumur hidup sebesar 0.5%. Syarat dan cara untuk bonus perkembangan, bonus langsung, bonus tidak langsung, bonus kepemimpinan bagi peraih peringkat kehormatan sama dengan Distributor Bintang Delapan; Jika yang berperingkat kehormatan lebih tinggi memenuhi syarat peraih bonus sharing internasional yang lebih rendah, maka masih mendapatkan bonus sharing internasional peringkat yang lebih rendah.

4.3.2.1.2.1 Peringkat Kehormatan Bronze Lion

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 2 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban :

4.3.2.1.2.1.1 Distributor peringkat kehormatan ini dapat memperoleh bonus langsung sebesar 36% dari BV penjualan langsung pada bulan yang bersangkutan serta bonus tidak langsung yang berkaitan, jika PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV.

4.3.2.1.2.1.2 Distributor peringkat kehormatan ini dapat memperoleh bonus kepemimpinan 10 generasi Downline berperingkat se-level jika di bulan yang bersangkutan GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV.

4.3.2.1.2.1.3 Distributor peringkat kehormatan ini dapat memperoleh alokasi 1% bonus sharing internasional Bronze Lion jika paling sedikit terdapat 2

jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 90,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.2 Peringkat Kehormatan Silver Lion

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 3 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0.75% bonus sharing internasional Silver Lion jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 3 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 90,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.3 Peringkat Kehormatan Gold Lion

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 4 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0.5% bonus sharing internasional Gold Lion jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 4 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 90,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.4 Peringkat Kehormatan Diamond Gold Lion Satu

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 5 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0. 5% bonus sharing internasional Diamond Gold Lion 1 jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 5 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 180,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.5 Peringkat Kehormatan Diamond Gold Lion Dua

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 6 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0. 5% bonus sharing internasional Diamond Gold Lion 2 jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 6 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 180,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.6 Peringkat Kehormatan Diamond Gold Lion Tiga

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 7 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0. 5% bonus sharing internasional Diamond Gold Lion 3 jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV,

GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 7 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 180,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.7 Peringkat Kehormatan Diamond Gold Lion Empat

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 8 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0. 5% bonus sharing internasional Diamond Gold Lion 4 jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 8 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 180,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.8 Peringkat Kehormatan Diamond Gold Lion Lima

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 10 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0. 5% bonus sharing internasional Diamond Gold Lion 5 jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 10 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor Bintang Delapan dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 180,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.9 Peringkat Kehormatan Direktur

Kualifikasi Kenaikan : Di dalam beberapa jaringan langsung Distributor Bintang Delapan, paling sedikit terdapat 4 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor peringkat kehormatan Gold Lion.

Hak dan Kewajiban : Dapat memperoleh alokasi 0.25% bonus sharing internasional Direktur jika mempunyai PPV lebih besar atau sama dengan 1,500PV, GPV lebih besar atau sama dengan 15,000PV dan paling sedikit terdapat 4 jaringan yang masing-masing memiliki 1 orang Distributor peringkat kehormatan Gold Lion dengan TNPV lebih besar atau sama dengan 720,000PV di bulan bersangkutan.

4.3.2.1.2.10 Peringkat Kehormatan Executive Direktur

Kualifikasi Kenaikan : Sesuai dengan prasyarat marketing plan versi Internasional, Distributor Bintang Delapan dalam beberapa jaringan langsungnya, paling sedikit memiliki 4 jaringan yang masing-masing terdapat 1 orang Distributor peringkat kehormatan Direktur, dan dalam 6 jaringan lainnya masing-masing terdapat 1 orang Distributor peringkat kehormatan Gold Lion.

Hak dan Kewajiban : Selain menerima hak dan kewajiban yang setara dengan “Peringkat Kehormatan *Executive Direktur*”, juga mendapat “bonus prestasi seumur hidup” berupa alokasi bonus kehormatan prestasi seumur hidup sebesar 0.5%.

4.3.2.2 Jenis Pembagian Bonusnya, yaitu:

4.3.2.2.1 Bonus Bulanan

4.3.2.2.1.1 Bonus Langsung, Bonus Tidak Langsung, Bonus Variabel (36%):

Distributor sesuai dengan peringkatnya, dapat memperoleh bonus langsung dari penjualan langsung di bulan yang bersangkutan, dan memperoleh bonus tidak langsung dari sales Downline yang peringkatnya di bawah Distributor itu sendiri.

Peringkat	★2	★3	★4	★5	★6	★7	★8
Persentase bonus langsung	8%	12%	16%	24%	28%	32%	36%
Persentase bonus variable		4%	4%				
Persentase bonus tidak langsung		4-8%	4-12%	4-16%	4-20%	4-24%	4-28%

4.3.2.2.1.2 Bonus Bimbingan (36%)

Pembimbing yang memenuhi syarat dapat memperoleh bonus langsung dari lingkup kualifikasi sales penerima bimbingan, yang disebut sebagai bonus bimbingan; *Upline* pembimbing yang memenuhi syarat dapat memperoleh bonus tidak langsung dan bonus kepemimpinan dari lingkup kualifikasi sales penerima bimbingan. *Upline* dapat memperoleh bonus yang berkaitan di luar lingkup kualifikasi sales penerima bimbingan dan memperoleh kenaikan total sales (kualifikasi sales adalah pembelian hingga mencapai Bintang Tiga oleh Distributor atas nama pribadi).

4.3.2.2.1.3 Bonus Kepemimpinan (10%)

Dalam jaringan Distributor berperingkat Bintang Lima atau ke atas, jika terdapat *downline* yang berperingkat se-level dengan diri sendiri, setelah memenuhi kriteria personal sales dan side volume di bulan yang bersangkutan, dan dalam jaringan *downlinenya* terdapat divisi yang memenuhi syarat sebanyak N, maka dapat memperoleh bonus kepemimpinan peringkat selevel sebanyak N + 3 generasi. Untuk mengurangi generasi yang tidak memenuhi syarat, distributor yang personal salesnya yang tidak memenuhi kriteria akan dikompres. Bonus kepemimpinan untuk distributor peringkat Bintang Tujuh dan ke bawah diberikan oleh *upline* yang berperingkat lebih tinggi, dan bonus kepemimpinan untuk distributor Bintang Delapan diberikan oleh Perusahaan. (N Divisi yang memenuhi syarat bonus kepemimpinan : adalah *downline* langsung yang di bulan bersangkutan TNPV mencapai 10,000PV atau lebih, disebut sebagai sebuah N yang memenuhi syarat).

Peringkat	★5	★6	★7	★8	
Tingkat generasi	1	1%	1%	1%	3%
	2		1%	1%	2%
	3			0.5%	1.5%
	4			0.5%	1%
	5				1%
	6				0.5%
	7				0.25%
	8				0.25%
	9				0.25%
	10				0.25%
PPV	300	500	900	1,500	
GPV	3,000	5,000	9,000	15,000	

4.3.2.2.1.4 Bonus Triwulan

Bonus Kehormatan (5%): Jika yang berperingkat kehormatan lebih tinggi memenuhi syarat peraih bonus sharing internasional yang lebih rendah, maka masih mendapatkan bonus sharing internasional peringkat yang lebih rendah, bonus kehormatan dibagikan satu kali setiap satu triwulan.

4.3.2.2.1.5 Bonus Dan Reward 6 Bulanan (1.5%): Bonus Khusus Untuk ★5-★8

4.3.2.2.1.6 Bonus Dan Reward Tahunan (2.5%)

4.3.2.2.1.7 Bonus Khusus (2.0%)

4.3.2.2.1.8 Bonus Prestasi Seumur Hidup (0.5%). Untuk Distributor peraih peringkat

kehormatan *Executive Direktur*, akan mendapatkan alokasi 0.5% dari BV sales Perusahaan dari seluruh dunia sebagai bonus prestasi seumur hidup.

4.3.3 Penerapan Akad-akad MLM Syariah

4.3.3.1 Akad *Ba'i Murabahah*

Dalam transaksi jual beli melibatkan penjual, pembeli, dan obyek transaksinya. Yang melakukan transaksi jual beli ini adalah para member atau konsumen non member yang membeli produk dari perusahaan Tiens Stokis 202 Parepare tersebut, yaitu *upline*, *downline*, non member, dan produk. Dalam penerapannya ketika produk di jual kepada konsumen sesama member atau non member, penjual memberitahu harga di awal. Dan untuk konsumen non member bahwa harga produk tersebut lebih tinggi, jika dibandingkan dengan menjadi member Tiens Stokis 202 Parepare. Disini adanya penambahan keuntungan dari harga sebenarnya.⁸³

4.3.3.2 Akad *Ju'alah*

Member yang telah melakukan penjualan produk dan perekrutan anggota maka secara langsung (penjualan non member) atau tidak langsung (hadiah bulanan, kelompok, atau tahunan) berhak mendapatkan bonus dari perusahaan. Bonus ini diberikan kepada setiap member dengan jumlah yang berbeda-beda tergantung hasil kerjanya. Bonus tidak boleh diberikan sebelum kewajibannya telah selesai.⁸⁴

4.3.3.3 Akad *Ijarah*

Dalam hal ini member sebagai tenaga pendistribusi barang sekaligus sebagai tenaga pemasar. Yang menjadi obyeknya adalah jasa para member sebagai pemasar produk perusahaan ke konsumen.

⁸³Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

⁸⁴Wawancara dengan Bapak Hamdan Tantu, Distributor sekaligus *Leader* Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

4.3.3.4 Akad *Wakalah bilUjrah*

Akad *wakalah bil Ujrah* diberikan kepada setiap member nya dalam bentuk asuransi. Asuransi yang diberikan adalah asuransi jiwa dan asuransi kesehatan. Asuransi jiwa yang diberikan kepada mitranaganya sebesar 3jt. Menurut Ibu Hj. Erni, asuransi ini diberikan untuk membantu keluarga yang ditinggalkan.⁸⁵ Sedangkan dalam asuransi kesehatan ini diberikan kepada mitraniaga yang telah memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku.

Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fikih muamalah). Kaedah ini jelas terpenuhi di Tiens Stokis 202 Parepare, karena semua anggota/distributor Tiens membeli produk-produknya langsung melalui stokis-stokis yang tersedia, dan bukan dari tangan *upline*-nya. Bahkan Tiens juga sudah memiliki supermarket MLM pertama di dunia, yaitu BannerStore yang memungkinkan semua anggotanya berbelanja seperti biasa.

4.3.4 Analisis Penerapan Kriteria Fatwa DSN-MUI pada Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah di Stokis 202 Parepare

Pada tahun 2009 DSN-MUI mengeluarkan fatwa yang berkaitan dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah. Dalam fatwa tersebut menyebutkan mengenai beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah). Berkaitan dengan fatwa DSN-MUI

No:75/DSN-MUI/VII/2009, penulis akan menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan sistem MLM syari'ah yang digunakan pada Tiens Stokis 202 Parepare, diantaranya adalah:

⁸⁵Wawancara dengan Ibu Hj. Erni, Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare, 20 November 2017.

4.3.4.1 Obyek Transaksi Riil Berupa Barang dan Jasa

Dalam fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah telah disebutkan bahwa harus ada obyek transaksi yang jelas baik berupa barang ataupun jasa. Hal tersebut dimaksudkan agar dalam melakukan bisnis MLM ini terhindar dari jual beli *gharar* dan *money game*. Di Tiens Stokist 202 Parepare ini produk dan jasa yang dijual adalah jelas. Produk yang dijual antara lain: Nutrient Calcium Powder Tiens (NHCP), Shutang Calcium, Children Calcium, Zinc Capsules, Chitin Chitosan, Jiang Zhi Tea, Renuves Capsules, Vitaline Softgel, Grape Extract, Spirulina Capsules, Muncord, paket penggemuk dan nafsu makan (Zinc Capsules Tiens), paket peninggi badan Tiens, obat kuat Tiens (paket vitalitas), dan paket pelangsing badan Tiens. Produk-produk tersebut telah mendapatkan izin dari L-POM dan mendapatkan label halal dari MUI. Ini berarti produk-produk yang dijual aman dan halal untuk dikonsumsi masyarakat, karena tidak terdapat unsur yang berbahaya dan haram, misalnya mengandung minyak babi. Sebagaimana yang dijelaskan dalam fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tersebut dalam transaksi saat melakukan perdagangan tidak mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

4.3.4.1.1 *Gharar* adalah ketidakpastian atau penipuan. Maksud ketidakpastian dalam transaksi muamalah adalah ada sesuatu yang ingin disembunyikan oleh sebelah pihak dan hanya boleh menimbulkan rasa ketidakadilan serta penganiayaan kepada pihak yang lain. Secara sederhana, *gharar* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau keraguan tentang adanya komoditas yang menjadi objek akad, ketidakjelasan akibat, dan bahaya yang mengancam antara untung dan rugi, pertaruhan atau

perjudian. *Gharar* juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bisnis yang tidak jelas kuantitas, kualitas, harga dan waktu terjadinya transaksi tidak jelas sehingga akan menimbulkan resiko tinggi, atau transaksi yang dilakukan dalam bisnis tak pasti atau kepastian usaha ini sangat kecil dan resikonya cukup besar. Contohnya, jual beli atas hasil yang belum pasti, system ijon dan sebagainya. Dalam Islam, *gharar* adalah perkara yang dilarang dan haram hukumnya karena sangat meragukan salah satu pihak yang lain. Namun Tiens Stokis 202 Parepare tidak melakukan *gharar* yakni memberikan kepastian mengenai kualitas dan kuantitas obyek.

4.3.4.1.2 *Maisir* atau *qimar* secara harfiah bermakna judi (spekulasi). Aktivitas bisnis yang mengandung aktivitas *maisir* adalah suatu kegiatan bisnis yang didalamnya jelas bersifat untung-untungan atau mengadu nasib, spekulasi yang tidak rasional, tidak logis, tak jelas barang yang ditawarkan baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Namun pada Tiens Stokis 202 Parepare tidak adanya *maisir* karena akad yang dilakukan jelas antara Tiens Stokis 202 Parepare dengan para distributor/member.

4.3.4.1.3 Riba atau *az-ziyadah* artinya tambahan. Riba adalah kelebihan/tambahan pembayaran tanpa ada ganti/imbalan yang disyaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi). Riba terbagi atas dua macam yaitu riba *Nasi-ah* (penundaan) dan riba *Fadl* (kelebihan), kedua riba ini sama-sama hukumnya haram. Riba menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam,

sehingga hukumnya haram. Pada Tiens Stokis 202 Parepare tidak adanya unsur riba selama distributor melakukan sistem PLBS.

- 4.3.4.1.4 *Dharar* adalah transaksi yang dapat menimbulkan kerusakan, kerugian, ataupun ada unsur penganiayaan, sehingga bisa mengakibatkan terjadinya pemindahan hak kepemilikan secara bathil. *Dharar* atau tindakan merugikan orang lain tidak ditemukan dalam sistem Tiens Stokis 202 Parepare karena mengedepankan sikap tolong-menolong.
- 4.3.4.1.5 *Dzulm* atau kedzaliman adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu tidak sesuai ukuran, kualitas dan temponya, mengambil sesuatu yang bukan haknya dan memperlakukan sesuatu tidak sesuai posisinya. Kedzaliman dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat secara keseluruhan, bukan hanya sebagian atau membawa kemudharatan bagi salah satu pihak atau pihak-pihak yang melakukan transaksi. Sehingga pada Tiens Stokis 202 Parepare tidak adanya *dzhulm* karena semua pembagian komisi/bonus secara adil dan seimbang.
- 4.3.4.1.6 Maksud yaitu mengacu kepada kaidah umum dalam Islam yang sudah sangat jelas.

Jadi intinya jika ada enam unsur tersebut di MLM, maka kehalalannya dinyatakan gugur atau bisa lari keharam.

Selain itu, dalam hal jasa member berfungsi sebagai distributor dan tenaga pemasar produk perusahaan. Yang mana dari hasil penjualan produknya tersebut member berhak mendapatkan bonus yang sesuai dengan hasil kerjanya. Dalam hal ini Tiens Stokis 202 Parepare sebagai mitra salur yang memasarkan produk perusahaan pada konsumen member atau non member.

4.3.4.2 Sistem Marketing dalam Pembagian Bonus

Dalam MLM setiap member yang berhasil menjual produk perusahaan dan melakukan perekrutan anggota baru maka berhak mendapatkan bonus. Dalam pembagian bonus harus diberikan secara adil, sesuai prestasi, hasil kerja, dan sesuai proporsi masing-masing member. Sehingga, apabila dalam pembagian bonus dilakukan secara adil, maka dapat menyejahterakan seluruh pihak, baik distributor, mitrausaha, karyawan perusahaan atau para pemegang saham perusahaan. Sebagaimana firman Allah dalam al- Qur'an surat an-Nisa' ayat 135:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ
الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَن
تَعْدِلُوا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadisaksikan karena Allah biar pun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya atau pun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran.⁸⁶(QS.an- Nisa' ayat 135)

Dalam pembagian bonus di Tiens Stokis 202 Parepare dilakukan secara adil dan tidak ada eksploitasi secara sepihak. Bonus yang didapatkan oleh member sesuai dengan hasil penjual produk. Ketika member tersebut dapat menjual produk sesuai dengan target perusahaan, sehingga member tersebut berhasil tutup poin, maka member tersebut akan mendapatkan bonus yang tinggi. Bonus yang didapat tidak berasal dari hasil penjualan jaringan bawahnya. Dengan kata lain, member tersebut

⁸⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Naladana, 2004), h. 131.

mendapatkan bonus tanpa melakukan penjualan, perekrutan anggota baru serta member training terhadap jaringan bawahnya.

Di Tiens Stokis 202 Parepare dalam pembagian bonus ada dua ma cam, yaitu bonus langsung (Rabat) dan tidak langsung. Rabat adalah insentif yang didapatkan oleh member ketika menjual produknya kepada konsumen non member. Ini terlihat ketika, seorang konsumen (non member) membeli obat penurun berat badan Tiens kepada member (Andi Verah) dengan harga Rp. 77.0000,-. Jika yang membeli adalah konsumen member harganya Rp. 62.000,-. Jadi, dari hasil penjualan tersebut, rabat yang didapat oleh ibu Ida adalah Rp. 15.000,-. Jika yang membeli adalah konsumen member maka bonus yang didapatkan adalah 3% dari harga member, yaitu sebesar Rp.1.860,-. Sedangkan, bonus yang didapatkan secara tidak langsung oleh Andi Verah yaitu insentif syariah sebesar Rp. 59.692,-. Dan insentif jamaah yang diperoleh adalah Rp. 81.348,-.

Bonus yang diberikan kepada member Tiens Stokis 202 Parepare ini diberikan ketika dilakukan transaksi (akad) penjualan sesuai dengan target produk atau jasa yang dilakukan. Ini terlihat ketika seorang member hanya mendapatkan bonus Rp.1.100,-, maka akan diberikan Rp.1.100, - juga. Tanpa ada tambahan yang tidak jelas. Kemudian dalam setiap pembagian bonus tidak ada eksploitasi antara anggota yang lama dengan anggota yang baru masuk. Jadi, pemberian bonus yang diberikan bukan karena lamanya masuk sebagai member, tetapi dari hasil penjualan produk dalam jumlah yang besar serta perekrutan dan pembinaan jaringan yang dilakukan.

4.3.4.3 Perekrutan Anggota dan Jenjang *Training*

Setiap anggota/mitra usaha yang akan memperluas jaringannya harus melakukan perekrutan anggota baru. Perekrutan anggota baru di Tiens Stokis 202 Parepare dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung, *Via Email* dan *form pendaftaran* yang tersedia pada *website* perusahaan. Perekrutan anggota baru awalnya dimulai dari pihak keluarga, saudara, tetangga, teman dan masyarakat umum. Calon anggotayang direkrut harus beragama Islam, baligh, dan cakap hukum. Sebelum menjadi anggota maka calon anggota baru tersebut wajib mengisi formulir pendaftaran dan menyetujui hal-hal yang berkaitan dengan peraturan Tiens Stokis 202 Parepare dan melakukan pembelian produk Tiens.

Mitraniaga yang telah merekrut anggota baru, maka berkewajiban memberikan training terhadap anggota baru yang direkrutnya. Kemudian di Tiens Stokis 202 Parepare memberikan training setiap satu minggu sekali yang bertempat di rumah member yang berhasil merekrut anggota baru. Dalam training ini, para anggota baru diberi penjelasan mengenai sistem penjualan produk, perekrutan anggota baru, serta pembagian bonus yang didapatkan. Tujuannya agar dalam menjalankan bisnis MLMsyari'ah di Tiens Stokis 202 Parepare tidak bertentangan dengan fatwa DSN MUI yang berlaku.

Selain itu, training juga di lakukan setiap satu bulan sekali, dengan jumlah anggotanya lebih banyak, dilakukan di gedung pertemuan atau hotel dan mendatangkan leader yang telah berhasil ditingkat level atas. Tujuannya, untuk memberikan motivasi terhadap seluruh member dalam mengembangkan usahanya. Serta memberi penjelasan mengenai bagaimana cara meningkatkan produksi penjualan, cara merekrut anggota, dan cara meningkatkan poin sehingga akan mendapatkan bonus yang tinggi.

Kemudian, pemberian training akan dilakukan dalam waktu satu tahun yang disebut dengan leader training. Leader training ini merupakan pemberian training terhadap seluruh member Tiens yang ada di Indonesia yang dilakukan di kantor pusat Tiens Group. Hal ini bertujuan, agar seluruh member dapat melakukan silaturahmi sertaberbagi ilmu mengenai usaha MLM syari'ah pada Tiens Stokis 202 Parepare berkaitan dengan seluruh aspek yang menyangkut seluruh sistemnya.

4.3.4.4 Money Game

Money Game adalah suatu kegiatan pengumpulan uang atau kegiatan penggandaan uang yang pada praktiknya pemberian bonus atau komisi diambil dari penambahan atau perekrutan anggota baru, dan bukanlah dari penjualan produk. Kalupun ada penjualan produk, hal itu hanyalah kamuflase. Salah satu daya pikat *money game* adalah janji-janji mendapatkan untung besar dalam waktu singkat dengan usaha yang amat minimal. *Money game* sendiri biasanya mempunyai ciri khas sebagai *pyramid scheme* atau skema piramida. Namun pada Tiens Stokis 2020 Parepare bukan *money game*, karena akad yang digunakan merupakan jual-beli jasa maupun produk dan memberikan komisi/bonus kepada anggota yang menjalankan bisnis dengan benar.

Menurut MUI, bahwa pelaksanaan sistem MLM syari'ah di Stokis 202 Parepare ini telah sesuai sebagaimana kriteria-kriteria yang ditetapkan dalam fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009. Menurut komisi fatwa dan kajian hukum Islam MUI, bahwasanya bisnis MLM adalah mubah, asalkan dalam bisnis MLM tersebut tidak ada unsur *gharar*, *dzulm* dan *maisir*. Sedangkan apabila dalam bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM yang di dalamnya terdapat unsur

gharar (penipuan), *maisir* (perjudian) dan *dzulum* (penganiayaan) maka hukumnya adalah haram.

Akan tetapi sebagian pendapat ulama, yaitu dalam fatwa MUI Sumatera Utara No: 20/KPTS/MUI-SU/VII/1999 dan pendapat fatwa Arab Saudi, yang mana keduanya telah menetapkan keharaman MLM dan sejenisnya yang dalam sistemnya dinilai mempunyai unsur *gharar* dan madlarat bagi masyarakat luas.

Menurut penulis, bahwa pelaksanaan MLM syari'ah di Stokis 202 Parepare ini tidak bertentangan dengan ketentuan pada fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS). Hal ini terlihat dari segi penjualan produk (barang dan jasa), sistem marketing dalam pembagian bonus, produk yang dijual adalah halal dan perekrutan anggota baru yang mewajibkan kepada mitraniaga untuk melakukan pembinaan dan training terhadap anggota yang direkrutnya. Sedangkan dilihat dalam pemenuhan rukun dan syarat jual beli di Tiens Stokis 202 Parepare telah memenuhi rukun dan syarat jual beli sebagaimana yang telah ditentukan dalam hukum Islam. Adanya *aqidain*, barang yang dijual adalah halal, tidak ada transaksi yang mengandung *riba* dan *money game* sehingga merugikan para member dan konsumen.

Sedangkan pada bisnis MLM, apabila bisnis tersebut dijalankan sebagaimana dalam kaidah hukum Islam, yang dalam sistemnya menghindarkan dari unsur-unsur yang dilarang oleh Islam. Seperti *gharar*, *dharar*, *dzulm*, *money game* dan unsur lain yang merugikan para pihak yang terlibat dalam bisnis tersebut maka bisnis MLM tersebut boleh dilakukan. Sebagaimana dalam kaidah fiqh yang menyebutkan bahwa segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya. Akan tetapi, apabila dalam bisnis MLM tersebut dalam sistemnya

mengandung unsur yang dilarang dalam Islam maka bisnis MLM tersebut tidak boleh dilakukan. Karena hal tersebut dapat merugikan para pihak yang terlibat dalam bisnis MLM tersebut.

4.4 Efektivitas Hukum dalam Pelaksanaan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 pada Tiens Stokis 202 Parepare

Efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto⁸⁷ adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu :

4.4.1 Faktor Hukumnya Sendiri (Undang-Undang)

Dalam hal ini, faktor hukum pada pelaksanaannya adalah fatwa yang dikeluarkan oleh DSN MUI, yaitu fatwa No. 75 Tahun 2009. Yang dimana mengatur mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Peraturan yang mengenai sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yaitu fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 sudah cukup sistematis dan sinkron secara hierarki dan horizontal tidak ada pertentangan. Secara kualitatif dan kuantitatif peraturan-peraturan yang mengatur Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sudah mencukupi dan penerbitan peraturan-peraturan yaitu fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 sudah sesuai dengan persyaratan yang ada.

4.4.2 Faktor Penegak Hukum

Menentukan efektif atau tidaknya kinerja hukum tertulis adalah aparat penegak hukum. Dalam hubungan ini dikehendaki adanya aparatur yang handal sehingga aparat tersebut dapat melakukan tugasnya dengan baik. Keandalan dalam kaitannya disini adalah meliputi keterampilan profesional dan mempunyai mental

⁸⁷SoerjonoSoekanto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 8.

yang baik. Pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Pada faktor pembentuk, yang membentuk fatwa adalah pihak DSN MUI. Sedangkan pada penerapan hukum adalah pihak-pihak yang melakukan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) termasuk salah satunya Tiens Stokis 202 Parepare yang merupakan salah satu bentuk penjualan tersebut.

4.4.3 Faktor Sarana atau Fasilitas yang mendukung penegakan hukum.

Tersedianya fasilitas yang berwujud sarana dan prasarana bagi para distributor di dalam melakukan tugasnya. Sarana dan prasarana yang dimaksud adalah prasarana atau fasilitas yang digunakan sebagai alat untuk mencapai efektivitas hukum. Sehubungan dengan sarana dan prasarana yang dikatakan dengan fasilitas ini, prasarana tersebut harus secara jelas yang memberikan kontribusi untuk kelancaran tugas-tugas para distributor di tempat atau lokasi kerjanya. Yang menjadi sarana dalam pendukung penegakan hukum adalah sosialisasi yang dilakukan oleh pihak pembuatan hukum/fatwa. Hal ini dimaksudkan agar para pihak yang melakukan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dapat memahami dan menerapkan sesuai dengan fatwa tersebut. Tanpa adanya sarana dan fasilitas, tidak akan mungkin penegak hukum menyerasikan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.

4.4.4 Faktor Masyarakat

Lingkungan dimana penegak hukum tersebut berlaku atau diterapkan dari masyarakat dan bertujuan untuk mencapai kedamaian di dalam masyarakat. Setiap warga masyarakat atau kelompok sedikit banyaknya mempunyai kesadaran hukum, persoalan yang timbul adalah taraf kepatuhan hukum, yaitu kepatuhan hukum yang tinggi, sedang, atau kurang. Adanya derajat kepatuhan hukum masyarakat terhadap hukum, merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan.

Sikap masyarakat yang kurang menyadari hukum yang berlaku khususnya selain pihak Stokis 202 Parepare yang merupakan salah satu penerap dalam ketentuan fatwa, masyarakatpun memiliki andil dalam penerapan fatwa. Hal ini dikarenakan, pemahaman masyarakat akan fatwa No. 75 Tahun 2009 akan membantu dalam pelaksanaan efektivitasnya fatwa tersebut. Pemahaman bahwa disiplin dan kepatuhan masyarakat tergantung dari motivasi yang secara internal muncul. Kondisi internal muncul karena ada dorongan tertentu baik yang bersifat positif maupun negatif. Internalisasi faktor ini ada pada tiap individu yang menjadi elemen terkecil dari komunikasi sosial. Oleh karena itu, pendekatan yang paling tepat dalam hubungan disiplin ini adalah melalui motivasi yang ditanamkan secara individual. Dalam hal ini, derajat kepatuhan hukum masyarakat menjadi salah satu parameter tentang efektif atau tidaknya hukum itu diberlakukan sedangkan kepatuhan masyarakat tersebut dapat dimotivasi oleh berbagai penyebab, baik yang ditimbulkan oleh kondisi internal maupun eksternal.

4.4.5 Faktor Kebudayaan

Sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. Kebudayaan mempunyai fungsi yang sangat besar bagi manusia dan masyarakat, yaitu mengatur agar manusia dapat mengerti bagaimana seharusnya bertindak, berbuat, dan menentukan sikapnya dengan orang lain. Dengan demikian, kebudayaan adalah suatu garis pokok tentang perikelakuan yang menetapkan peraturan mengenai apa yang harus dilakukan, dan apa yang dilarang. Dalam bisnis PLBS pada Tiens Stokis 202 Parepare semua perilaku dan etika yang dilakukan oleh para member/distributor telah terikat pada kontrak dalam perusahaan tersebut.

Kelima faktor tersebut saling berkaitan erat, oleh karena merupakan esensi dari penegakan hukum, juga merupakan tolak ukur daripada efektivitas penegakan hukum. Pada faktor pertama, yang menentukan dapat berfungsinya hukum tertulis tersebut dengan baik atau tidak adalah tergantung dari aturan hukum itu sendiri. Efektivitas hukum dalam tindakan atau realita hukum dapat diketahui apabila seseorang menyatakan bahwa suatu kaidah hukum berhasil atau gagal mencapai tujuannya, maka hal itu biasanya diketahui apakah pengaruhnya berhasil mengatur sikap tindak atau perilaku tertentu sehingga sesuai dengan tujuannya atau tidak.

Efektivitas hukum artinya efektivitas hukum akan disoroti dari tujuan yang ingin dicapai, yakni efektifitas hukum. Salah satu upaya yang biasanya dilakukan agar mematuhi kaidah hukum adalah dengan mencantumkan sanksi-sanksinya. Sanksi-sanksi tersebut bias berupa sanksi negatif atau sanksi positif yang maksudnya adalah menimbulkan rangsangan agar manusia tidak melakukan tindakan tercela atau melakukan tindakan terpuji.

Melalui penerapan faktor-faktor diatas terhadap fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, maka akan diperoleh hasil sesuai dengan yang diharapkan dalam pembentukan fatwa tergantung dari perusahaan dan para distributornya menerapkan dan melaksanakan fatwa tersebut.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 5.1.1 Pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang ditandatangani oleh ketua DSN MUI K.H. M.A. Sahal Mahfudh dan sekretaris H.M Ichwan Sam pada tanggal 25 Juli 2009 di Jakarta. Dalam Fatwa MUI No. 75/VII/2009 tersebut terdapat 12 ketentuan umum, ketentuan hukum dan ketentuan akad yang menjelaskan tentang penjualan langsung berjenjang syariah.
- 5.1.2 Dilihat dalam pemenuhan fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 terhadap bisnis di Tiens Stokis 202 Parepare sudah dapat dikatakan efektif karena telah memenuhi ketentuan yang berlaku sebagaimana yang telah ditentukan dalam fatwa tersebut. Adanya *thayyib* (berkualitas) dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan), barang yang dijual adalah halal, tidak ada transaksi yang mengandung *riba* dan *money game* sehingga merugikan para member dan konsumen. Dapat dilihat pada halaman 54 sampai halaman 88.
- 5.1.3 Terdapat lima faktor sebagai penegakan hukum yang menjadi tolak ukur daripada efektivitas penegakan hukum. Khususnya pada faktor pertama, yang menentukan dapat berfungsinya suatu hukum tertulis tersebut dengan baik

atau tidak adalah tergantung dari aturan hukum itu sendiri yaitu fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009. Dapat dilihat pada halaman 88 sampai halaman 91.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pada perusahaan Tiens Stokist 202 Parepare adalah sebagai berikut :

- 5.2.1 Dengan adanya fatwa MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 ini diharapkan perusahaan MLM, baik yang mendapatkan sertifikat halal atau tidak dapat menjalankan bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan nilai-nilaisyari'ah.
- 5.2.2 Bagi para distributor diharapkan dalam menjalankan bisnisnya dapat menjalankan sesuai dengan syariat Islam dan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah agar tidak bertentangan dengan fatwa yang ada, selain itu dalam persaingan bisnisnya diharapkan para distributor dapat bersaing dengan sehat tidak dilebih-lebihkan.
- 5.2.3 Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis dapat dijadikan khazanah keilmuan dibidang ilmu pengetahuan terkait penjualan langsung berjenjang syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku dan Pustaka

- A Hart Norman, Dkk. 2007. Terj. Anthony Than dan Agustinus Subekti, *Kamus Marketing*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ali Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma Bukhari. 2002. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Cet. IV. Bandung: Alfabeta.
- Amin KH. Ma'ruf, Dkk. *Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Perspektif Hukum Dan Perundang-Undangan*. (Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, Alamat: Gedung Kementerian Agama RI Jl. MH. Thamrin No. 6 Jakarta Pusat Bekerjasama dengan: Majelis Ulama Indonesia).
- Antonio Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. 2012. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azwar Saifudin. 2000. *Metode Penelitian*. Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungkaes Heri Risal, J. H. Posumah, Burhanuddin Kiyai. 2013. Hubungan Efektifitas Pengelolaan Program Raskin dengan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Mamahan Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Acta Diurna*.
- Castrawijaya Cecep. 2013. *Etika Bisnis MLM Syariah*. Tangerang Selatan: Sedaun Publishing.
- Danim Sudarman. 2002. *Menjadi Penelitian Kualitatif: Ancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-Ilmu Sosisal, Pendidikan, dan Humaniora*. Cet I; Bandung: CV Pustaka Setia.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2004. *Al-qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: CV Naladana.
- Djuwaini Dimyudin. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Fatwa Dewan Syariah MUI: Tentang Akad Wakalah bil Ujrah pada asuransi syariah dan reasuransi syariah No: 52/DSNMUI/2006.
- Fatwa Dewan Syariah MUI: Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) No: 75/DSN-MUI/2009.
- Hadi Sutrisno. 1995. *Metode Research Jilid 2*. Cet. XXIV; Yogyakarta: Andi Pffset.
- Hanitijo Ronni. 1985. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hart Norman A, Dkk. 2007. Terj. Anthony Than dan Agustinus Subekti. *Kamus Marketing*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hooker M.B. 1978. *Adat Low in Modern Indonesia*. Oxford: Oxford University Press.
- Jauhari Sofwan. 2013. *MLM Syariah : Buku wajib wirausahawan muslim praktisi MLM Syariah*. Jakarta: Mujaddidi Press.
- J. Choltheir Peter. 1996. *Multi Level Marketing A Practical Guide To Successfulnetwork Selling, Meraih Uang Dengan Multi Level Marketing, Pedoman Praktis Menuju Network Selling Yang Sukses*, terjemahan T. Hermaya. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- John M. Echols dan Hasan Sadily. 1996. *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Komarudi. 2011. *U. Thiansi Dalam Perspektif Fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional)*. Yogyakarta: PT Nuansa Pilar Media.
- Kotler Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Ed. Mellinium I. Jakarta: Pehallindo.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syari'ah*. Tangerang: Amal Actual.
- Leaders MLM. 2008. *The Secret Book of MLM*. Surabaya: MIC.
- Lubis Suhrawardi K dan Farid Wadji. 2014. *Hukum Ekonomi Islam*. Ed. 1. Cet. 2. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.

- Masruri. 2014. Analisis Efektifitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan (PNPM-MP) (*Studi Kasus Pada Kecamatan Bunyu Kabupaten Bulungan tahun 2010*). *Governance and Public Policy*, vol. 1.
- Nasir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Noer Deliar. 1985. *Gerakan Modern Islam di Indonesia 1900-1942*. Jakarta: LP3ES.
- Roller David. 1996. *How To Make Big Money In Multi Level Marketing, Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, terjemahan Waskito. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- S.A, Ichtijanto. 1985. *Pengadilan Agama sebagai Wadah Perjuangan Mengisi Kemerdekaan Bangsa, dalam Kenang-kenangan Seabad Pengadilan Agama*. Cet. I; Jakarta: Dirbinperta Dep. Agama RI.
- Santoso Benny. 2003. *All About MLM*. Yogyakarta: Andi.
- Soekanto Soerjono. 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sonius, H.W.J, dalam J.F.Holleman, an Vollenhoven on Indonesia Aadat Law, Leiden: 1981, Lihat juga Bushar Muhammad. 1976. *Asas-Asas Hukum Adat*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Subagyo Joko. 2006. *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhendi Hendi. 2011. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawalupers.
- Sutinah dan Bagong Suyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Sutopo H.B. 2002. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet I; Surakarta: UNS Press.
- Suwardi Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Indah.
- Suyanton Bagong dan Sutinah. 2007. *Metode Penelitian Sisoal*, Ed. 3 Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Thalib Sayuti. 1980. *Receptio A Contrario*. Cet. III; Jakarta: Bina Aksara.

Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare.

Usman Husaini & Purnomo Setiadi Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Cet I; Jakarta, Bumi Aksara.

Sumber Internet

Agistianto. "Fiqh Muamalah". Dalam <http://www.agustiantocentre.com.html>.

Rizka Amanati Helin (62311002). 2011. Analisis Pelaksanaan Fatwa DSN- MUI tentang Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Ahad-Net Internasional Semarang. Fakultas Syariah IAIN Walisongo. <http://library.walisongo.ac.id/digilib/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jtptiain-gdl-helinrizka-6405>.

https://id.wikipedia.org/wiki/Majelis_Ulama_Indonesia.

<http://jasrifirdaus.blogspot.co.id/2013/12/dewan-syariah-nasional-dsn-dan-dewan.html>.

<http://literaturbook.blogspot.co.id/2014/12/pengertian-efektivitas-dan-landasan.html>.

<https://pratamaiin.blogspot.co.id/2012/12/efektivitas-hukum.html>.

<http://syaabulmuslim.wordpress.com/aqidah-2/syariah/>.

<https://tianshineews.wordpress.com/profil-perusahaan/>.

<http://www.apli.or.id/skema-piramida/>.

<https://www.facebook.com/notes/heru-subagyo-winnersintl/tiens-dilihat-sisi-agama-islam/585902181446514/>.

<http://www.google.com/url?q=http://digilib.unila.ac.id/3913/12/BAB%2520IL.pdf&sa=U&ved=0ahUKEwiWoJuKo4HXAhUfo48KHeMrAzQQFgg6MAc&usg=AOvVaw3vLYbc4Xouj7noFPzYYuDF>.

<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html>.

Sunarno (1000050051). 2008. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga pada MLM Syaria'ah PT Ahad-Net Internasional. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Suraka. <http://www.google.com/url?q=http://eprints.ums.ac.id/14570/2/01.pdf&sa=U&ved=0ahUKEwjR-8um-vvWAhWBpPQKHRESChUoFggdMAI&usg=AOvVaw0TyIeQQ4Yt3MveiTTYPog>.

Sumber Wawancara

Wawancara dengan Ibu Hj. Erni. Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare.

Wawancara dengan Bapak Hamdan Tantu . Distributor sekaligus *Leader* Tiens Stokis 202 Parepare.

Wawancara dengan Sasmita Sakur . Distributor Tiens Stokis 202 Parepare.

Wawancara dengan Andi Verah . Distributor Tiens Stokis 202 Parepare.

Wawancara dengan Arya . Distributor Tiens Stokis 202 Parepare.

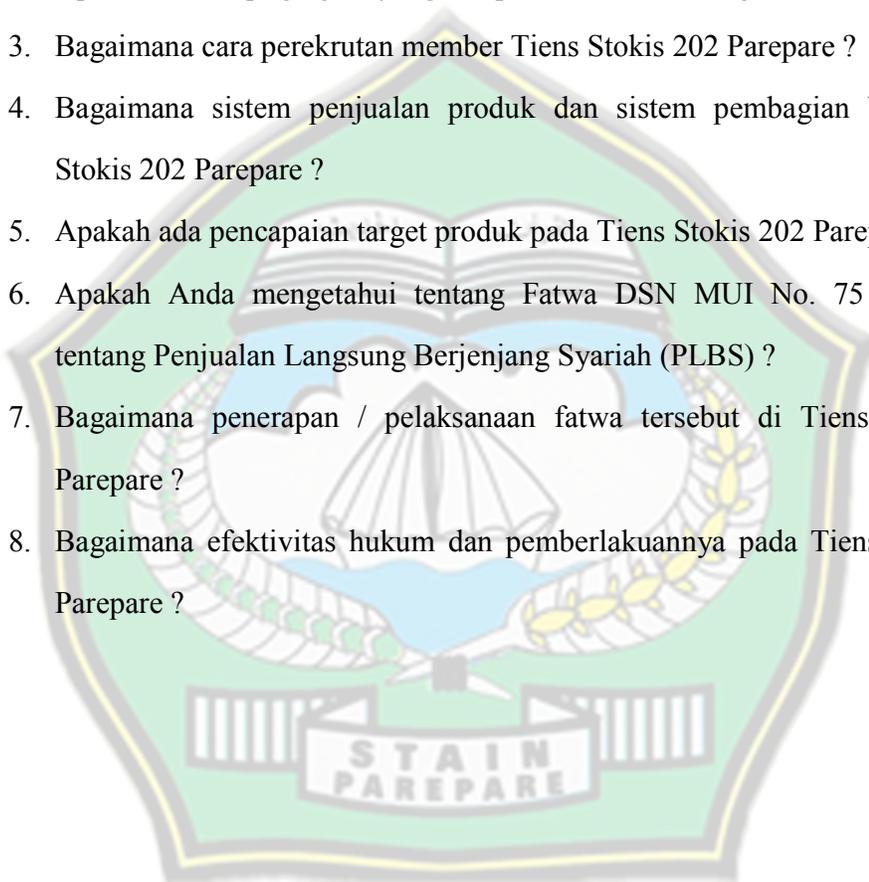


LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Mengapa tertarik menjadi distributor Tiens Stokis 202 Parepare ?
2. Apakah ada isi perjanjian yang disepakati sebelum menjadi member Tiens ?
3. Bagaimana cara perekrutan member Tiens Stokis 202 Parepare ?
4. Bagaimana sistem penjualan produk dan sistem pembagian bonus Tiens Stokis 202 Parepare ?
5. Apakah ada pencapaian target produk pada Tiens Stokis 202 Parepare ?
6. Apakah Anda mengetahui tentang Fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ?
7. Bagaimana penerapan / pelaksanaan fatwa tersebut di Tiens Stokis 202 Parepare ?
8. Bagaimana efektivitas hukum dan pemberlakuannya pada Tiens Stokis 202 Parepare ?



KETERANGAN WAWANCARA

Informasi tangan dibawah ini :

Nama : Hj. Erni
Alamat : Jl. Andi Makkarau No. 51
No. Telp : 50
Pekerjaan / Jabatan : Pimpinan Tiens Stokis 202 Parepare

Saya benar telah diwawancarai oleh Nurmianti untuk keperluan penelitian skripsi
dengan judul penelitian " EFEKTIFITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009
TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi Pada
Masyarakat 202 Parepare) " .

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 November 2017

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

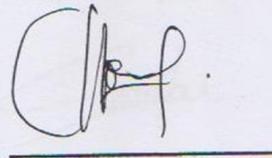
Nama : Hamdan. Tantu,
Alamat : Pinrang
Umur : 47 th.
Pekerjaan / Jabatan : leader TIENS. Stokis 202 Pare. pare.

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurmianti untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian " EFEKTIFITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi Pada Stokis 202 Parepare) " .

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 November 2017

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

Informasi tangan dibawah ini :

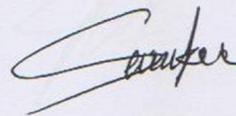
Nama : Sasmita Sakur
Alamat : Jl. Agussalim
Umur : 23 Tahun
Pekerjaan / Jabatan : Mahasiswa / Distributor Tiens Stokis 202 Parepare

Sebagai benar telah diwawancarai oleh Nurmianti untuk keperluan penelitian skripsi
pada judul penelitian " EFEKTIFITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009
TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi Pada
Mahasiswa 202 Parepare) " .

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 November 2017

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

bertanda tangan dibawah ini :

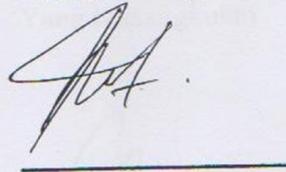
Nama : Andi Verah
Alamat : Jl. Lasiming
Umur : 21 Tahun
Pekerjaan / Jabatan : Mahasiswa / Distributor

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurmianti untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian " EFEKTIFITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi Pada Pokok Bahasan Stokis 202 Parepare) " .

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05 Desember 2017

Yang bersangkutan



KETERANGAN WAWANCARA

beranda tangan dibawah ini :

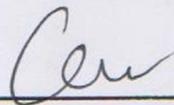
Nama : Arya Nirwanayah Dwi Putra
Alamat : ~~14-2200-150~~ wekk'e .ml49
Umur : 21 tahun
Pekerjaan / Jabatan : MAHASISWA

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Nurmianti untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian " EFEKTIFITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (Studi Pada ~~dan~~ Sukis 202 Parepare) " .

Demikian surat keterangan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05 Desember 2017

Yang bersangkutan





مَجْلِسُ الشَّرْعِ الْإِسْلَامِيِّ
الْإِنْدُونِيسِيِّ

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-Muthaffifiin [8]: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوا 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 حَلًّا لَأَوْ 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 الشَّرِيكَيْنِ 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 الْغَرَرِ
(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 :

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا (رواه مسلم عن أبي هريرة)

“Barang siapa menipu kami, maka ia tidak termasuk golongan kami.” (Hadis Nabi riwayat Imam Muslim dari Abu Hurairah)

f. Hadis Nabi :

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ تَمَنِ الْكَلْبِ وَمَهْرِ الْبَغِيِّ وَحُلُوانِ الْكَا هِنِ (متفق عليه)

“Nabi s.a.w. melarang (penggunaan) uang dari penjualan anjing, uang hasil pelacuran dan uang yang diberikan kepada paranormal,” (Muttafaq ‘alaih).

g. Hadis Nabi :

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ؛ فَقِيلَ: يَارَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّنُنُ وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ؟ فَقَالَ لَا، هُوَ حَرَامٌ. ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: قَاتِلَ اللَّهِ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ لَسَاءُ حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهُ ثُمَّ بَاعُوه فَأَكَلُوا تَمَنَّهُ (متفق عليه)

“Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung-patung. Rasulullah ditanya, ‘Wahai Rasulullah, tahukah Anda tentang lemak bangkai, ia dipakai untuk mengecat kapal-kapal, untuk meminyaki kulit-kulit dan dipakai untuk penerangan (lampu) oleh banyak orang?’ Nabi SAW. menjawab, ‘Tidak! Ia adalah haram.’ Nabi SAW. kemudian berkata lagi, ‘Allah memerangi orang-orang Yahudi karena ketika Allah mengharamkan lemak bangkai kepada mereka, mereka mencairkannya dan menjualnya, kemudian mereka memakai hasil penjualannya,’ (Muttafaq ‘alaihi).

h. Hadis Nabi :

لَعَنَ اللَّهُ الرَّاشِيَّ وَالْمُرْتَشِيَّ (رواه أحمد والترمذی)

“Allah melaknat pemberi dan penerima risywah,” (HR. Ahmad dan al-Tirmidzi)

3. Kaidah Fikih:

a. Kaidah Fikih:

أَلَّا صُلِّ فِي الْمَعَامَلَاتِ إِلَّا بِأَنَّ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan”

b. Kaidah Fikih:

الأجرُ على قدرِ المشقة.

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

: 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**

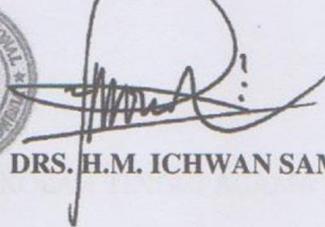
Ketua,



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



Sekretaris



DRS. H.M. ICHWAN SAM



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE**

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 🏰 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

: B-3414 /Sti.08/PP.00.9/11/2017

: Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Daerah KOTA PAREPARE

Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : NURMIANTI
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 26 Pebruari 1995
NIM : 13.2200.085
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. REFORMASI NO. 69 A, KEC. BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

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

"EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO.75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (STUDI PADA TIENS STOKIST 202 PAREPARE)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Nopember** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

15 Nopember 2017

A.n Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Dinaidi



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
 Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 16 Nopember 2017

Kepada

Yth. Pimpinan TIENS Stokist 202 Parepare
 Di -

Referensi : 050 / 3263 / Bappeda
 Nomor : -
 Jenis : **Izin Penelitian**

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 3414/Sti.08/PP.00.9/11/2017 tanggal 15 Nopember 2017 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : NURMIANTI
 Tempat/Tgl. Lahir : Parepare/26 Pebruari 1995
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswi
 A l a m a t : Jl. Reformasi No. 69A, Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
 "EFEKTIVITAS FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS) (STUDI PADA TIENS STOKIST 202 PAREPARE)"

Selama : Tmt. Nopember s.d. Desember 2017
 Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

KEPALA BAPPEDA
 SEKRETARIS
E. W. ARTYANTI, ST., MT
 Pangkat Pembina



TIENS Stokis 202 Parepare

Jln. Andi Makassar No. 51 Parepare CP : 081 242 331 47 (Erni) / 081 242 311 42 (Nawir)

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI MENELITI

Nomor: 12 /TS-202/PR/I/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hj. Erni

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Pimpinan TIENS Stokis 202 Parepare

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Nurmianti

Jenis Kelamin : Perempuan

Ajran : Islam

Pekerjaan : Mahasiswi STAIN Parepare

Alamat : Jl. Kesuma Timur No. 69 A

Identitas tersebut diatas adalah benar-benar telah melaksanakan kegiatan penelitian di TIENS Stokis 202 Parepare dengan judul penelitian Efektivitas Fatwa ISN MUT No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare) dengan lama penelitian mulai 15 November - 15 Desember 2017.

Demikian surat keterangan ini, dibuat dengan sebenarnya selanjutnya akan berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Parepare, 23 Desember 2017

TIENS Stokis 202 Parepare



HJ. FRNI

DAFTAR DOKUMENTASI





PROSPEK SWEET MEDIA
 proposal TIENS spesifikasi Tiens update informasi tercepat !!
Marketing Plan Tiens HYBRID

Terbukti **LEBIH CEPAT SUKSES** dengan MP HYBRID, ribuan distributor Tiens naik peringkat jadi New ★7, New ★8, New Bronze Lion, New Silver Lion, New Gold Lion, New Diamond & New Director. Anda selanjutnya!

Hadiri & saksikan kemegahan acara **TRANSFORM. GO PLATINUM TIENS CONVENTION** 20 November 2016 Britama, Kelapa Gading, JAKARTA

Daftar lengkap New Bronze Lion above, Andakah salah satunya?

Proposal (peluang) bisnis MP HYBRID

PERAIH REWARD terbaru Anniversary Tiens - BALI

Ippho Santosa (Penulis buku, Keajaiban Rezeki), "Saya bukan orang MLM. Tapi saya kaya pada pejuang-pejuang MLM. Bagi mereka, tak ada libur selama 2 tahun atau 3 tahun pertama. Tapi setelah itu, mereka menikmati hasilnya. Relatif bebas, secara waktu, juga uang tentunya..."

Anda sudah melihat bagaimana dari Tiens Group International?

Perolehan Rp 40 juta / bulan dalam 1-2 tahun
 jika Anda bekerja dengan sistem yang benar

TIENS GROUP (persahabatan) ini Anda akan dapat kesempatan untuk belajar bisnis yang benar, sistem yang benar, dan cara yang benar. Semua ini akan membantu Anda dan keluarga.

Anda menjadi seorang SUPPLIER SYSTEM. Sebagai sistem sistem yang baik, Anda akan berhasil pada banyak orang dari berbagai latar belakang pendidikan, ekonomi, sosial, dan budaya. Anda tinggal melakukan

SPONSOR dan UPLINE LEADER
 Sponsor adalah orang yang memperbolehkan bisnis Tiens dan memberikan lisensi media Anda sehingga Anda bisa menjadi bagian dari bisnis Tiens. Anda juga dituntut untuk menjadi orang yang sesuai dengan sistem dan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi Anda.

ANDAs bekerja membangun aset modal Anda hanya waktu, informasi, dan alat bantu

MARKETING PLAN TIENS HYBRID

ASET berupa jaringan distribusi yang bekerja dengan sistem, terus tumbuh, dan memberikan pasive income sehingga Anda bisa bebas finansial dan bebas waktu.

Anda punya uang dan waktu yang cukup untuk menikmati hidup, merancang masa depan dengan mewujudkan semua cita-cita / impian Anda dan keluarga, serta membantu orang lain meningkatkan kesejahteraan, kesehatan, dan kualitas diri mereka.

Saat aset Anda terbangun dan terus bertumbuh, maka Anda tetap dapat merencanakan masa depan, bahkan saat Anda tidak lagi bekerja, nah karena faktor kesehatan, tutup usia, atau mungkin Anda mau pensiun muda.

Anda tidak bisa lagi bekerja atau memutuskan pensiun dini

Aset Anda tetap menghasilkan uang untuk Anda dan keluarga. Bahkan bukannya berkurang, tapi justru terus meningkat

Anda dan keluarga tetap bisa merencanakan masa depan dan mewujudkan impian yang belum tercapai

Anda keunggulan membangun aset dengan bisnis Personal Franchise (network marketing)?
 atau sebaliknya?



RIWAYAT HIDUP



Hj. Nurmianti, lahir di Parepare pada tanggal 26 Februari 1995, merupakan anak ke-1 dari 3 bersaudara. Anak dari pasangan Ayahanda H. Kamaruddin Massewa dan Ibunda Hj. Nurbaya Abbas Sikki. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Jalan Kesuma Timur No. 69 A, RT 002/RW 003, Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2007 lulus dari SDN 56 Parepare. Kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 10 Parepare dan lulus pada tahun 2010. Lanjut ke SMA Negeri 1 Model Parepare, dan lulus pada tahun 2013. Setelah itu, penulis kuliah di STAIN Parepare jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Muamalah. Pernah menjadi pengurus inti dengan jabatan Sekretaris Umum PERKEMI Dojo STAIN Parepare pada periode 2016-2017. Pada semester akhir yaitu 2018, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul *Efektivitas Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) (Studi Pada Tiens Stokis 202 Parepare)*.