

**IMPLEMENTASI SISTEM *NETWORK MARKETING* PADA
PEMASARAN PRODUK *AMWAY* DALAM PERSPEKTIF AKAD JUAL
BELI *MU'ATHAH***

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

INTAN MAKHFIRAH

NIM. 140102014

Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM - BANDA ACEH
2019 M/1440 H**

**IMPLEMENTASI SISTEM *NETWORK MARKETING* PADA PEMASARAN
PRODUK *AMWAY* DALAM PERSPEKTIF AKAD JUAL BELI
*MU'ATHAH***

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S.1) dalam Ilmu Hukum Islam

Oleh:

INTAN MAKHFIRAH

Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah
NIM: 140102014

Disetujui untuk Diuji/*Dimunaqasyahkan* oleh:

Pembimbing I,



Dr. Muhammad Yusran Hadi, Lc, MA
NIP. 197802192003121004

Pembimbing II,



Svarifah Rahmatillah, S.HI., MH
NIP. 198204152014032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Intan Makhfirah
NIM : 140102014
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 14 Januari 2019

Yang Menyatakan




(Intan Makhfirah)

ABSTRAK

Nama : Intan Makhfirah
NIM : 140102014
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Sistem *Network Marketing* pada Pemasaran Produk Amway dalam Perspektif Akad Jual Beli *Mu'athah*
Tanggal Munaqasyah : 16 Januari 2019
Pembimbing 1 : Dr. Muhammad Yusran Hadi, Lc., MA
Pembimbing 2 : Syarifah Rahmatillah, S.HI., MH

Kata Kunci: *Mu'athah*, *Sistem Network Marketing* dan Amway

Sistem *network marketing* merupakan suatu cara dalam pemasaran yang dipraktikkan oleh perusahaan Amway dengan sistem keanggotaan untuk memasarkan produk-produknya. Sistem ebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Amway melakukan pemasaran produknya melalui member-membarnya. Selanjutnya para member yang lebih dulu bergabung dalam Amway merekrut member-member baru lagi untuk dijadikan sebagai tenaga pemasaran produk Amway. Fokus penelitian ini adalah: Bagaimana *sistem network* yang digunakan dalam pemasaran produk Amway? Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan *sistem network* dalam pemasaran produk Amway? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *sistem network* yang digunakan dalam pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah* dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan *sistem network* dalam pemasaran produk Amway. Penulisan skripsi ini menggunakan metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *sistem network marketing* Amway dalam pemasaran produk Amway adalah dengan menggunakan akad *ba'i mu'athah*, para member telah mengetahui harga produk dan barang yang akan dibeli secara rinci dan mereka melakukan jual beli ini atas dasar saling ridha. Transaksi pemasaran pada produk Amway telah memenuhi rukun dan syarat jual beli, maka transaksi tersebut dapat dikatakan sah secara hukum *syara'*. Bonus yang diberikan berdasarkan kerja nyata, transparansi yang jelas, sistem yang tidak mendukung terjadinya *ighra'*, tidak adanya eksploitasi dalam pelaksanaan prosedur pembagian bonus.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “**Implementasi Sistem Network Marketing pada Pemasaran Produk Amway dalam Perspektif Akad Jual Beli Mu’athah**”. Penulisan ini merupakan salah satu persyaratan guna meraih gelar sarjana pada Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Selanjutnya shalawat dan salam semoga senantiasa Allah curahkan kepada Rasulullah SAW. beserta ahli keluarga dan sahabatnya sekalian.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu berbuat banyak dalam penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Dr. Muhammad Yusran Hadi, Lc., MA, selaku pembimbing I dan Ibu Syarifah Rahmatillah, S.H.I., MH, selaku pembimbing II, yang telah banyak memberika bimbingan, bantuan, ide, pengarahan dan waktu yang tak terhingga dari sejak awal penulisan skripsi ini sampai dengan selesai.

Penghargaan yang luar biasa penulis sampaikan kepada pimpinan Fakultas Syari’ah dan Hukum Bapak Muhammad Siddiq, M.H., PhD, kepada Bapak Arifin Abdullah, S.H.I., MH selaku Ketua Program Studi S1 Hukum Ekonomi Syari’ah, Penasehat Akademik beserta staf Akademik, dan semua dosen Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah banyak memberi bantuan dalam pengurusan dokumen pelengkap yang berhubungan dengan skripsi ini serta telah membekali ilmu kepada penulis dari semester pertama hingga akhir. Terimakasih kepada Kepala Perpustakaan dan seluruh karyawan perpustakaan

UIN Ar-Raniry yang telah meminjamkan buku-buku bacaan yang berhubungan dengan permasalahan skripsi ini.

Ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya penulis hantarkan kepada dua pintu syurga Ayahanda Mustar, S.Pd dan Ibunda Nurhayati, S.Pd yang telah membesarkan penulis dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang tiada henti, dan selalu memberi dukungan baik secara materi maupun doa, semoga menjadi amal jariyah bagi keduanya. Serta terima kasih kepada Adik-adik tercinta Dwi Khairunnisa dan Muhammad Albar Ghifarry yang selalu memberi dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih yang setulusnya penulis ucapkan kepada sahabat terbaik, Annie Rafiqah yang setia menjadi penyemangat, dan telah banyak membantu penulis dalam segala hal, Safira Mistaqillah yang terus setia memotivasi untuk menyelesaikan kuliah semester ini, serta Ruth Amelia yang telah banyak memberikan penulis kritik dan saran yang membangun, dan juga Nurul Misbah, Hayatun Nuri, Dara Mawaddah Zain Sufi dan Nyak Milan Zahri yang selalu memberi semangat, dukungan, dan menjadi pelipur lara. Terima kasih kepada sahabat-sahabat HES Unit 04 yang telah sama-sama berjuang melewati tiap semester bersama, juga kepada seluruh sahabat Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Angkatan 2014.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan atau bahkan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini akan penulis terima dengan rasa senang hati dan terbuka. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pribadi dan bagi pembaca lain pada umumnya. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 27 Juli 2018
Penulis,

Intan Makhfirah

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Arab	Transliterasi	Arab	Transliterasi
ا	Tidak disimbolkan	ط	Ṭ
ب	B	ظ	Ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Ṣ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	Ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ\	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	Ṣ	ي	Y
ض	Ḍ		

2. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

◌ (fathah) = a misalnya, حدث ditulishadaṣa

◌ (kasrah) = i misalnya, وقف ditulishwuqifa

◌ (dammah) = u misalnya, روي ditulishruwiya

b. Vokal Rangkap

(ي) (fathahdanya) = ay, misalnya, بين ditulishbayna

(و) (fathah dan waw) = aw, misalnya, ويم ditulishyawm

c. *Vokal Panjang (maddah)*

(ا) (*fathah* dan *alif*) = ā, (a dengan topi di atas)

(ي) (*kasrah* dan *ya*) = ī, (i dengan topi di atas)

(و) (*dammah* dan *waw*) = ū, (u dengan topi di atas)

misalnya: (ريهان, فوتيق, معوقل) ditulis *burhān, tawfiq, ma'qūl*.

d. *Ta' Marbutah (ة)*

Ta' Marbutah dapat memperoleh harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah (t), misalnya (الفلسفة الاولى) = *al-falsafat al-ula*, sementara itu *ta' marbutah* mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), misalnya (تهافتا لفلسفة دليل لاناية, مناهج الادلة) ditulis *Tahāfut al-Falāsifah, dalīl al-'ināyah, Manāhij al-Adillah*

e. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan lambing (◌◌), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf, yakni yang sama dengan huruf yang mendapat *syaddah*, misalnya (إسلامية) ditulis *islamiyyah*.

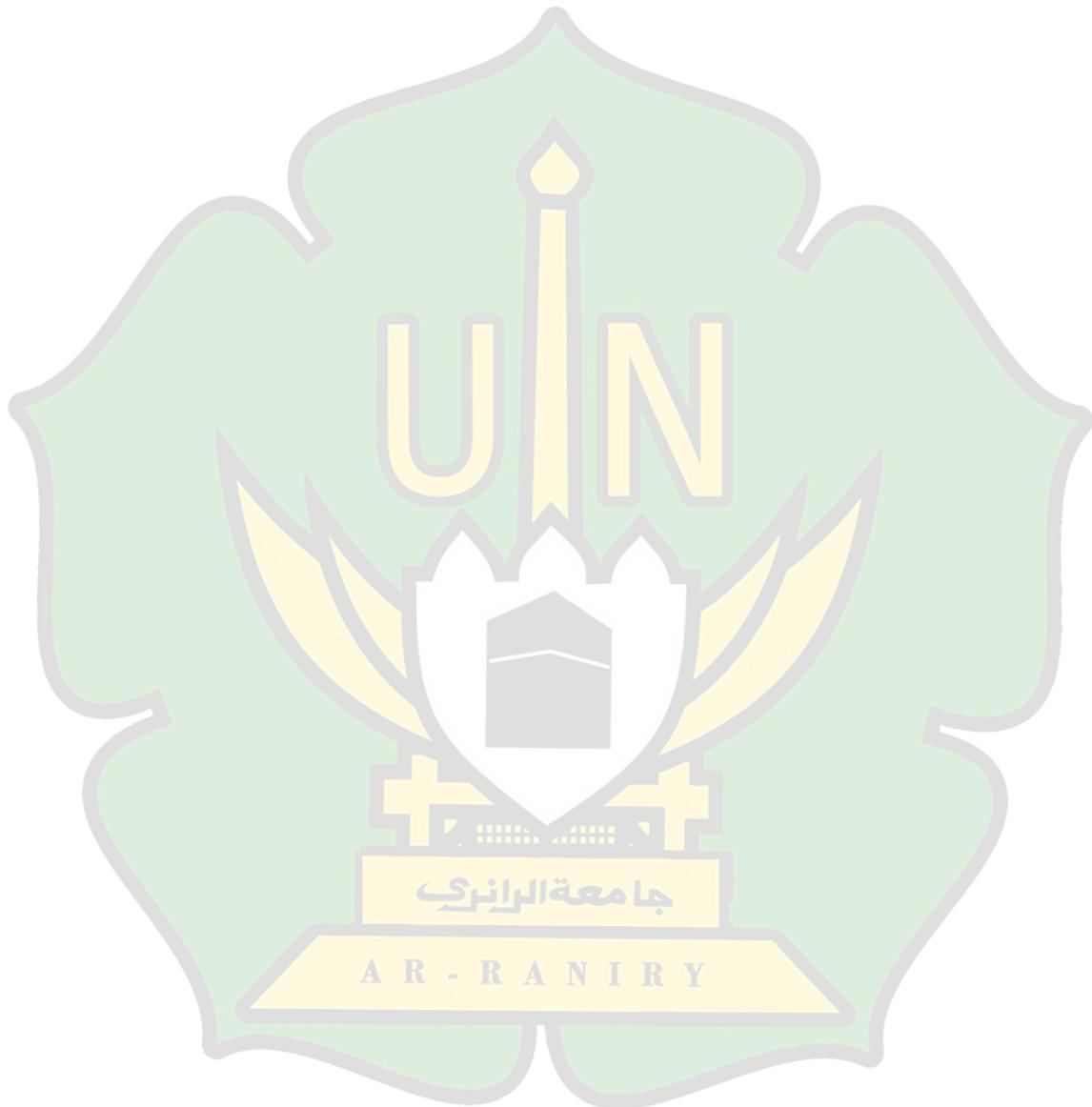
f. Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf al transliterasinya adalah *al*, misalnya: الكفش النفس: ditulis *al-kasyf, al-nafs*.

g. *Hamzah (')*

Untuk *hamzah* yang terletak ditengah dan diakhir kata ditransliterasikan dengan ('), misalnya: ملائكة ditulis *mala'ikah, جزئ* ditulis *juz'ī*. Adapun *hamzah* yang terletak di awal kata, tidak dilambangkan karena dalam bahasa Arab ia menjadi *alif*, misalnya: اخترع ditulis *ikhtirā'*.

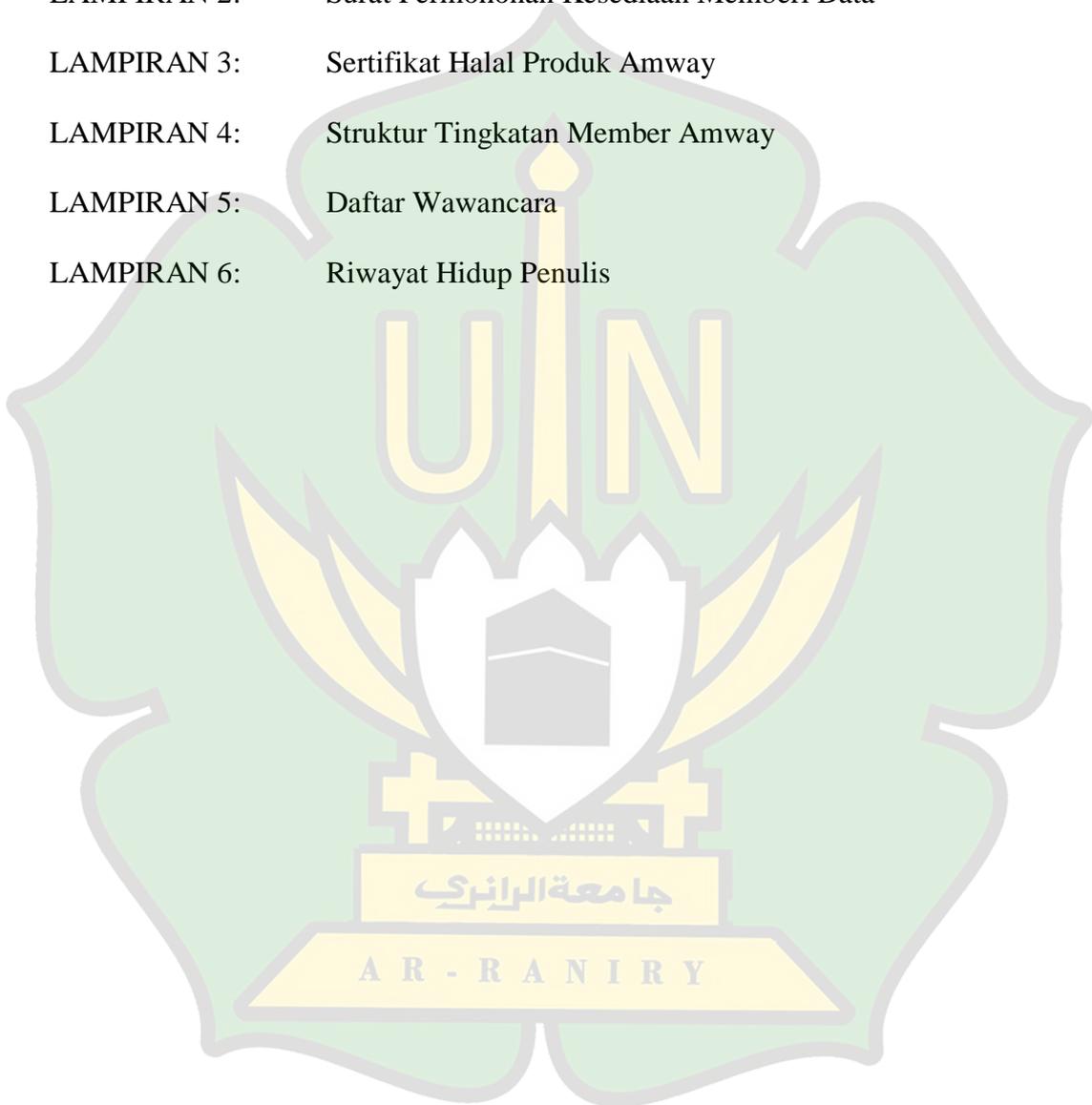
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Perhitungan Bonus Amway.....	59
Gambar 2	Pembagian Bonus dalam Amway.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi
- LAMPIRAN 2: Surat Permohonan Kesiediaan Memberi Data
- LAMPIRAN 3: Sertifikat Halal Produk Amway
- LAMPIRAN 4: Struktur Tingkatan Member Amway
- LAMPIRAN 5: Daftar Wawancara
- LAMPIRAN 6: Riwayat Hidup Penulis



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB SATU PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Penjelasan Istilah	9
F. Metode Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB DUA KONSEP JUAL BELI MU'ATHAH DALAM HUKUM ISLAM	
A. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	14
B. Sistem <i>Network Marketing</i>	23
C. <i>Multi Level Marketing</i> dalam Pandangan Islam	25
D. Pengertian Jual Beli	34
E. Jual Beli <i>Mu'athah</i>	43
BAB TIGA IMPLEMENTASI SISTEM <i>NETWORK MARKETING</i> PADA PEMASARAN PRODUK AMWAY DALAM PERSPEKTIF AKAD JUAL BELI MU'ATHAH	
A. Profil dan Gambaran Perusahaan Amway	50
B. Sistem <i>network marketing</i> yang digunakan dalam pemasaran produk Amway	57
C. Tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan sistem <i>network</i> dalam pemasaran produk Amway.....	67

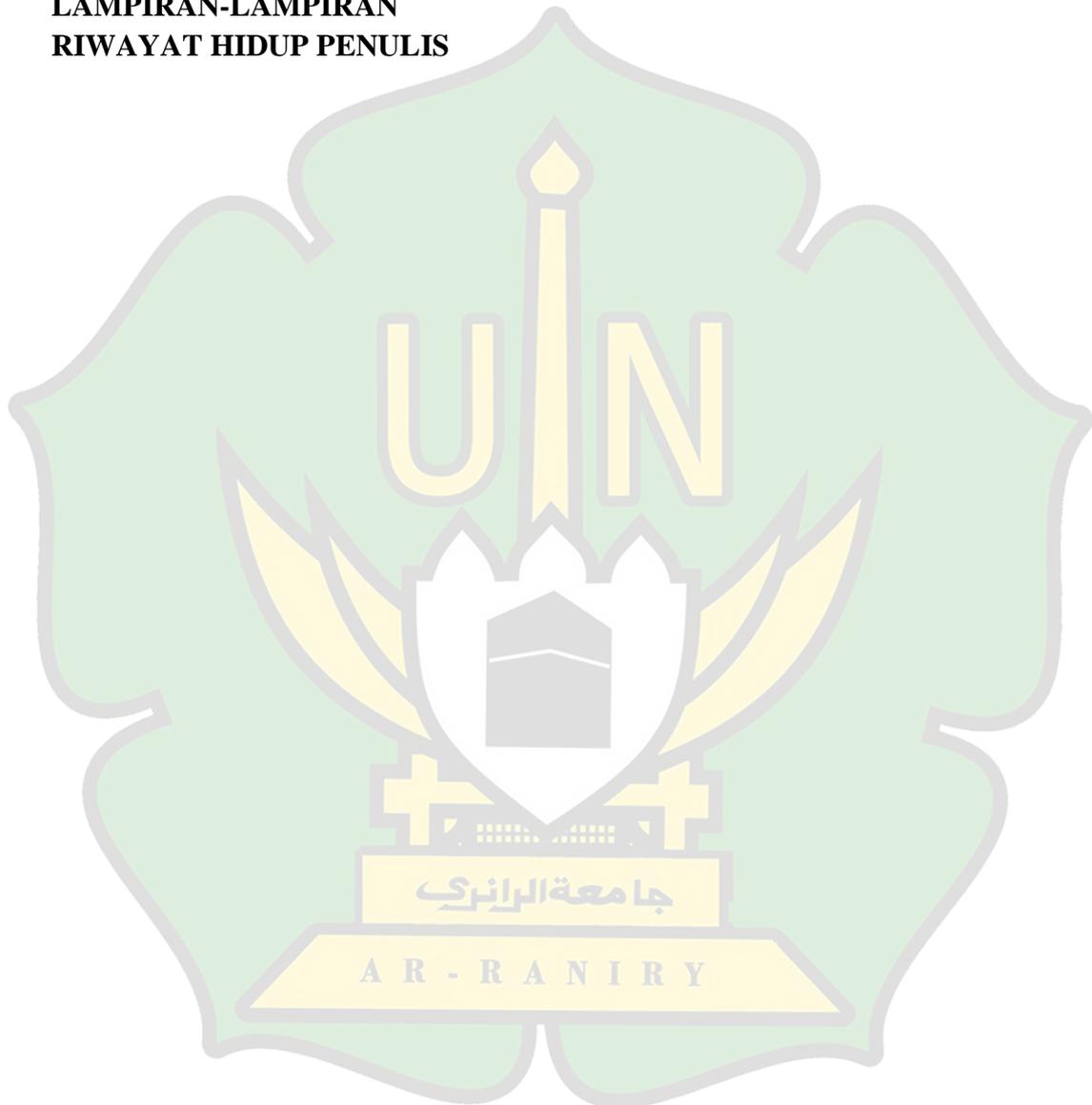
BAB EMPAT PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS



BAB SATU

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Di samping memberikan kebebasan yang sangat luas dalam melakukan kegiatan transaksi bisnis, Islam juga memberikan batasan-batasan atau rambu-rambu yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Di antara rambu-rambu tersebut adalah bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan tidak boleh mengandung unsur *dharar* (merugikan), *gharar* (manipulasi), *jahalah* (ketidakjelasan), *zhulm* (menganiaya pihak lain), serta *maisir* (judi), *riba* (bunga), *ihtikar* (penimbunan), dan *bathil*.¹

Pada dasarnya, semua bentuk kegiatan bisnis menurut syariat Islam termasuk dalam kategori muamalat yang hukumnya sah dan boleh dilakukan. Hal ini sesuai dengan kaidah:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل دليل على التحريم²

“Kaidah hukum islam yang berbunyi “dasar pada setiap sesuatu pekerjaan adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya”.

Perdagangan merupakan salah satu kegiatan muamalat yang diperbolehkan dalam Islam serta dianjurkan, asalkan tidak ada dalil yang melarang maka boleh saja dilakukan, serta tidak merugikan pihak manapun baik itu penjual maupun pembeli. Menurut Yusuf al-Qardhawi, jual beli yang benar harus dapat berfungsi

¹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 615.

² Jalaluddin As-Suyuthi, *Al-Asybah wa an Nazair fi al-Furu'*, (Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiyyah, 1403 H), hlm. 43.

sebagai sarana untuk membentuk persaudaraan yang kuat dalam Islam dan mampu menciptakan kestabilan serta ketertiban.³

Pada masa sekarang sudah banyak muncul berbagai cara pemasaran produk, dan salah satunya adalah sistem *network marketing* atau disebut juga bisnis jaringan atau pemasaran jaringan, dengan kata lain yaitu suatu cara pemasaran dengan sistem keanggotaan untuk memasarkan produknya. Perusahaan yang menganut sistem *network marketing* memasarkan produk tidak ke toko-toko atau supermarket namun dipasarkan melalui anggota-anggota dari perusahaan.

Kemunculan *trend* strategi pemasaran produk melalui *sistem network marketing* di dunia bisnis modern sangat menguntungkan banyak pihak, antara lain seperti pengusaha (baik produsen maupun perusahaan *network marketing*). Hal tersebut disebabkan karena adanya penghematan biaya dalam iklan. Pemasaran melalui jaringan ini sangat membantu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa yang tadinya belum terkenal untuk meraih pasar dalam waktu yang singkat tanpa harus mengeluarkan biaya iklan yang besar di media massa.⁴

Salah satu perusahaan *network marketing* terbesar di dunia adalah Amway (*American Way*). Didirikan oleh Jay Van Andel dan Rich DeVos pada tahun 1959. Kantor pusat Amway terletak di Ada, Michigan, Amerika Serikat. Amway mempunyai lebih dari 21.000 karyawan di seluruh dunia. Selain itu, lebih dari 3 jutadistributor Amway menjual produk-produk Amway di seluruh dunia. Beroperasi di lebih dari 100 negara di wilayah di Asia, Afrika, Australia, Eropa, dan Amerika. Lebih dari 450 produk berkualitas di bawah nama Amway

³ Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Arifin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 173.

⁴ Abdul Hamid Hakim, *Al-Bayan* (Bukittinggi: Maktabah Nusantara, 1960), hlm. 614.

meliputi kategori nutrisi, kecantikan, pertanian, dan rumah tangga. Merek Amway dengan penjualan tertinggi adalah:

- a. *Nutrilite*, merek vitamin dan suplemen makanan nomor 1 di dunia.
- b. *Artistry*, salah satu dari lima merek perawatan kulit premium terlaris di dunia.
- c. *eSpring*, sistem pengolahan air untuk rumah tangga terlaris di dunia.⁵

Dengan strategi kepemilikan usaha bebas, perusahaan ini telah merambah seluruh dunia termasuk Indonesia, Amway Indonesia dibuka pada tanggal 17 Juli 1992, berkantor di Daan Mogot, Jakarta Barat. Amway Indonesia bertindak sebagai penyedia layanan konsultasi bagi Amindoway Jaya dalam hal pemasaran, perencanaan usaha, dan dukungan internasional. Presiden PT Amway Indonesia, Koen Verheyen. PT Amindoway Jaya (PT AJ) mendapatkan lisensi Amway untuk mengimpor dan mendistribusikan produk-produk Amway serta menawarkan rencana pemasaran dan penjualan *Amway* pada para distributor di Indonesia.

Amway Indonesia memasarkan sekitar 250 produk Amway yang terdiri dari produk-produk: kesehatan & kebugaran, kosmetik & perawatan kulit, perawatan diri, perawatan rumah tangga, peralatan rumah tangga dan pertanian. Amway Indonesia juga menggalang kerjasama dengan produsen lokal untuk memasarkan produk-produk mereka yang meliputi produk: fashion, kesehatan, kecantikan, permainan edukasi anak, alat tulis, oli mesin, dan makanan & minuman, serta jasa asuransi. Untuk mendukung pelayanan terhadap distributor,

⁵www.euromonitor.com, *Amway claims*, *Euromonitor International*, Copyright 2009. Diakses melalui situs: <http://www.euromonitor.com/amway-claims>, diakses pada tanggal 30 Mei 2017

Amway Indonesia memiliki 28 ADC (*Amway Distribution Center*) dan 2 AFS (*Amway Flagship Store*).⁶

Dalam sistem jual beli yang dilakukan oleh Amway, ada dua jenis pembelian yang disediakan dan dapat dipilih langsung oleh konsumen, yaitu secara *online* dan *offline*. Dalam pembelian secara *online*, konsumen dapat memesan sendiri produk yang diinginkan di aplikasi *Amway* ataupun *website* *Amway*. Dengan ketentuan harga yang telah ditetapkan dan informasi mengenai produk sudah tercantum di halaman *website* atau aplikasi tersebut. Kemudian pembayaran dapat dilakukan dengan sistem transfer ke rekening *Amway*. Apabila transaksi sudah selesai dilakukan, produk akan dikirimkan ke alamat konsumen pemesan. Adapun sistem pembelian *offline*, konsumen dapat membeli produk ke *ADC/store Amway* yang menjual produk secara langsung. Dalam proses jual beli tersebut tidak ada proses tawar-menawar dan dilakukan tanpa mengucapkan *ijab qabul* atau yang sering disebut dengan jual beli *mu'athah*.

Sebagaimana yang telah digambarkan dalam literatur-literatur Fiqh Islam, salah satu syarat sahnya jual beli adalah adanya *shiqat aqad* dan *ijab qabul*. Menurut Sayyid Sabiq dalam *ijab qabul* harus ada kesepakatan antara penjual dan pembeli, dan harus saling ridha, jika tidak ada akad atau *ijab qabul*, maka jual beli dinyatakan tidak sah.⁷

⁶www.amway2u.com/id, *Amway Indonesia Official Site*, Copyright 2009. Diakses melalui situs : http://www.amway2u.com/c1/amw_corp.jsp?cat1=1016&rfnbr=1195&mid=5 diakses pada tanggal 08 Maret 2018.

⁷Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* Jilid 3 (terj: Aseb Sobari), (Jakarta: Al-I'tishom, 2008), hlm. 265.

Persyaratan *ijab qabul* secara verbal berkonsekuensi terhadap tidak sahnya jual beli *mu'athah*. Yaitu kedua belah pihak menyepakati harga dan barang yang diperjualbelikan, dan saling menyerahkan tanpa ada *ijab qabul*. Alasannya, perasaan suka sama suka adalah suatu yang abstrak, tidak dapat dilihat. Karenanya, hukum dikaitkan dengan indikator yang nyata, yaitu *shighat*. Oleh sebab itu, jual beli (demikian pula sewa-menyewa, gadai, hibah, dan sejenisnya) dengan cara *mu'athah* hukumnya tidak sah. Karena perbuatan tersebut pada mulanya tidak mengindikasikan perasaan suka sama suka. Jadi, barang yang diperoleh dengan cara di atas sama seperti barang yang didapatkan melalui transaksi yang batal.⁸

Bisnis yang dijalankan dengan *sistem network marketing* bukan hanya menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa *marketing* (level), dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi dan level seorang anggota. Jasa *marketing* tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam istilah Fiqh hal ini disebut *samsarah* atau *simsar*.⁹

Perusahaan Amway biasa memberikan *reward* atau insentif (bonus) kepada mereka yang berprestasi.¹⁰ Insentif kepada seseorang (*upline*) tidak boleh mengurangi hak orang lain yang ada di bawahnya (*downline*), sehingga tidak ada yang dizalimi.

⁸ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, (Damaskus: Dar al Fikr, 2008), hlm. 630-631.

⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat...*, hlm. 616.

¹⁰ Wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway, pada tanggal 10 Juni 2017 di Banda Aceh.

Melihat permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian praktek sistem *network marketing* Amway sebagai salah satu strategi pemasaran produk Amway, penulis tertarik untuk mengangkat judul yaitu “Implementasi Sistem *Network Marketing* Amway pada Pemasaran Produk Amway dalam Perspektif Akad Jual Beli *Mu'athah*.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *sistem network* yang digunakan dalam pemasaran produk Amway?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan sistem *network* dalam pemasaran produk Amway?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka yang akan menjadi tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penulisan karya ilmiah ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem *network* yang digunakan dalam pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah*.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap penggunaan sistem *network* dalam pemasaran produk Amway.

D. Kajian Pustaka

Tujuan kajian pustaka adalah untuk mengetahui bahwa topik yang hendak diteliti belum pernah diteliti oleh penulis sebelumnya, supaya tidak terjadi pengulangan terhadap topik yang sama. Permasalahan *marketing* atau pemasaran dalam Islam sudah banyak dibahas, namun khusus pada pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah* masih sangat sedikit.

Sejauh ini penulis menemukan beberapa karya tulis ilmiah yang membahas tentang *marketing*. Diantaranya adalah skripsi Izmi Kurnia Putri dengan judul “Pertimbangan Konsumen Menjadi Member pada Produk MLM Non Labelisasi Halal menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada K-Link di Banda Aceh). Dalam skripsi tersebut fokus membahas tentang pertimbangan konsumen menjadi member pada produk MLM.¹¹ Yang membedakan skripsi tersebut diatas dengan skripsi yang akan penulis buat adalah penulis lebih mengfokuskan penelitian mengenai *sistem network marketing* Amway pada pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah*.

Karya tulis lain yang membahas tentang *sistem network marketing* adalah skripsi Nur Intan dengan judul “Penerapan Syariat Islam Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Herba Penawar Alwahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru”, pada tahun 2011. Dalam karya tulis tersebut lebih fokus membahas tentang bagaimana sistem Multi level Marketing Syariah Herba Penawar Alwahida (HPA), untuk mengetahui apa saja faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan

¹¹Izmi Kurnia Putri, “*Pertimbangan Konsumen Menjadi Member Pada Produk MLM Non Labelisasi Halal Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada K-Link di Banda Aceh)*”, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2017, hlm. 6.

Multi level Marketing Syariah Herba Penawar Alwahida (HPA).¹² Dalam hal ini yang membedakan skripsi tersebut diatas dengan skripsi yang akan penulis buat adalah penulis lebih mengfokuskan penelitian mengenai sistem *network marketing* Amway pada pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah*. Penulis lebih fokus pada akad yang digunakan dalam pemasaran produk Amway.

Karya tulis lain dengan judul “Analisis Strategi Sistem 5 Pilar Network Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam di Indonesia”, skripsi yang ditulis oleh Frida Hanaritantoro. Dalam karya tulis tersebut diteliti tentang bagaimana sistem yang terdapat dalam *network marketing* pada PT. Melia Sehat Sejahtera berdasarkan hukum positif dan hukum Islam di Indonesia.¹³ Hal yang membedakan dengan skripsi yang akan penulis buat adalah penulis lebih mengfokuskan penelitian pada hukum Islam saja sedangkan pada hukum positif tidak.

Karya tulis lain dengan judul “Model Komunikasi Tianshi Marketing Network: Studi pada Support System Unicore Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya”, skripsi yang ditulis oleh Akhmad Faruq Nurani. Dalam karya tulis tersebut meneliti bagaimana proses komunikasi Tianshi marketing network pada support system Unicore mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan tujuan untuk mendeskripsikan proses komunikasi Tianshi marketing network pada

¹²Nur Intan, “Penerapan Syariat Islam Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Herba Penawar Alwahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru”, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru, 2011, hlm. 11.

¹³Frida Hanaritantoro, “Analisis Strategi Sistem 5 Pilar Network Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam di Indonesia” Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2017, hlm. 8.

support system Unicore mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya.¹⁴ Dalam hal ini yang membedakan skripsi tersebut diatas dengan skripsi yang akan penulis buat adalah penulis lebih mengfokuskan penelitian mengenai sistem *network marketing* Amway pada pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah*.

E. Penjelasan Istilah

1. Sistem *Network Marketing*

Sistem *network marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjadikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Atau dengan kata lain suatu konsep penyaluran barang (produk dan jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.¹⁵

2. Produk Amway

Produk Amway terwujud dalam suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran berjenjang atau *Network Marketing*. Produk yang dipasarkan dalam produk Amway ini berupa produk kecantikan, kesehatan, kebugaran, peralatan rumah tangga, dan pertanian.

¹⁴Akhmad Faruq Nurani, “*Model Komunikasi Tianshi Marketing Network: Studi pada Support System Unicore Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya*” Fakultas Syariah dan Hukum, IAIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2010, hlm. 9.

¹⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat...*, hlm. 613-614.

3. Jual Beli

Jual beli dalam arti umum ialah suatu perikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Sedangkan dalam arti khusus ialah ikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan mas dan bukan pula perak, bendanya dapat direalisir dan ada seketika (tidak ditangguhkan), tidak merupakan utang baik barang itu ada di hadapan si pembeli maupun tidak, barang yang sudah diketahui sifat-sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.¹⁶

4. *Mu'athah*

Jual beli *mu'athah* adalah kesepakatan kedua belah pihak atas harga dan barang yang dijual, dan keduanya saling memberi tanpa ijab qabul dan kadang-kadang ada lafal dari salah satu pihak.¹⁷

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam setiap penelitian mempunyai metode dan cara tertentu sesuai dengan penelitian yang diteliti. Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu dengan menganalisis tentang sistem *network marketing* Amway pada pemasaran produk Amway dalam perspektif akad jual beli *mu'athah*. Data yang telah dianalisis tersebut dideskripsikan menjadi sebuah laporan penelitian yang benar dan jelas.

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 69-70.

¹⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat...*, hlm. 183.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode ini merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan, informasi atau bukti-bukti yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *library research* (penelitian kepustakaan) dan *field research* (penelitian lapangan).

Library research (penelitian kepustakaan) adalah pengumpulan data sekunder, yaitu dengan cara mengumpulkan, mengkaji, dan membaca lebih dalam buku, makalah, jurnal, artikel internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian penulis sebagai data yang bersifat teoritis.

Field research (penelitian lapangan) merupakan pengumpulan data primer yang menitikberatkan pada kegiatan lapangan, dengan cara mengadakan penelitian lapangan terhadap objek penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dari permasalahan yang ada, maka penulis akan menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Wawancara adalah proses pengumpulan data yang secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan baik tatap muka (*face to face*) maupun tidak kepada responden. Wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.¹⁸ Pada penelitian ini penulis mewawancarai distributor dan member Amway yang ada di Banda Aceh.

¹⁸ Marzuki Abu Bakar, *Metode Penelitian*, (Banda Aceh, 2013), hlm. 57

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dengan teknik wawancara adalah kertas, pulpen, *recorder* (alat perekam) untuk mencatat serta merekam keterangan-keterangan yang disampaikan oleh responden.

5. Langkah-langkah Analisis Data

Setelah mengumpulkan data penulis akan melakukan pengolahan data. Seluruh data yang diperoleh dari lapangan baik dari hasil wawancara maupun dari kajian kepustakaan akan penulis kelompokkan berdasar kepada tujuan dari pertanyaan yang diajukan. Kemudian data yang telah dikelompokkan itu dianalisis dengan metode deskriptif, sehingga mudah dipahami serta memperoleh validitas yang objektif dari hasil penelitian.

G. Sistematika Pembahasan

Agar memudahkan penulis dalam membahas masalah dalam penelitian ini dan agar permasalahannya lebih sistematis, penulis membagi tulisan ini kedalam empat bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab satu merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab dua berisi pembahasan teoritis mengenai sistem *network marketing*, tinjauan kepustakaan dan pembahasan teori umum mengenai penelitian.

Bab tiga merupakan pembahasan yang menguraikan tentang hasil penelitian mengenai sistem *network marketing* Amway pada pemasaran produk Amway berdasarkan jual beli *mu'athah*.

Bab empat merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran sebagai tahap akhir penelitian.



BAB DUA

PENJELASAN UMUM TENTANG KONSEP JUAL BELI MU'ATHAH DALAM HUKUM ISLAM

A. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing berasal dari bahasa Inggris, dimana *multi* berarti banyak, *level* berarti tingkat, sedangkan *marketing* berarti pemasaran. Jadi *Multi Level Marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹ Pemasaran juga dapat diartikan sebagai upaya-upaya yang dilakukan agar memudahkan terjadinya penjualan atau perdagangan.²

Multi Level Marketing atau MLM disebut juga *Network Marketing*, *Multi Generation Marketing*, dan *Uni Level Marketing*. Namun, dari semua istilah tersebut, yang paling populer adalah istilah *Multi Level Marketing*. Pengertian *Multi Level Marketing* atau disingkat MLM adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.³

¹ Philip Kotler dan Armstrong, *Marketing Management*, Alih Bahasa: Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm.1

² *Ibid*, hlm. 2

³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. ke-III, (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 613

MLM ini disebut juga sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.⁴

Sebagian orang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*.⁵ Pendapat ini berdasarkan pelaksanaan penjualan MLM yang dilakukan secara langsung oleh juru jual kepada konsumen. Aktifitas penjualan tersebut dilakukan oleh seorang penjual disertai penjelasan, presentase dan demo produk. Di Indonesia saat ini penjualan langsung atau *direct selling* baik yang *single level* maupun *multi level* bergabung dalam suatu asosiasi yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Organisasi ini merupakan anggota KADIN, bagian dari *World Federation Direct selling Association* (WFDSA).⁶

MLM merupakan konsep yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh manfaat dan keuntungan di dalam garis kemitraannya. Dalam istilah MLM, anggota dapat disebut pula sebagai distributor atau mitra niaga. Jika mitra niaga mengajak orang lain untuk menjadi seorang anggota sehingga jaringan pelanggan atau pasar semakin besar atau luas, itu artinya mitra niaga telah berjasa mengangkat omzet

⁴ Gemala Dewi, Dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 187.

⁵ Norman A. Hart, Dkk, *Kamus Marketing*, Cet. ke-III, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hlm. 68.

⁶ Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.1, Februari 2016.

perusahaan. Atas dasar itulah kemudian perusahaan berterimakasih dengan bentuk memberi sebagian keuntungannya kepada mitra niaga yang berjasa dalam bentuk insentif berupa bonus, baik bonus bulanan, tahunan, maupun bonus-bonus lainnya.⁷

MLM merupakan pemasaran yang dilakukan banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). *Upline* dan *downline* umumnya mencerminkan hubungan pada level yang berbeda vertical maupun horizontal. Karena itu seseorang akan disebut *upline* apabila telah mempunyai *down line*, baik berjumlah satu maupun lebih. Bisnis MLM menggunakan sistem jaringan, meskipun masing-masing perusahaan distributor menyebut dengan istilah yang berbeda-beda.⁸

Promotor (*upline*) adalah anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Dalam MLM ada dikenal istilah member, yaitu orang yang berjasa dalam menjualkan produk perusahaan secara tidak langsung, dengan membangun formasi jaringan. Posisi member dalam jaringan MLM ini, tidak lepas dari dua posisi:

1. Pembeli langsung, manakala sebagai member, dia melakukan transaksi pembelian secara langsung, baik kepada perusahaan maupun melalui distributor atau pusat stok.

⁷ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 298.

⁸ Mardani, *Hukum Perikatan Syari'ah di Indonesia*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm 209.

2. Makelar, karena dia telah menjadi perantara melalui perekrutan yang telah dia lakukan bagi orang lain untuk menjadi member dan membeli produk perusahaan tersebut. Inilah praktek yang terjadi dalam bisnis MLM yang menamakan *multilevel marketing*, maupun *refereal business*.

Pada sistem MLM, ada *point* yang bisa didapatkan oleh anggota jika ada pembelian langsung dari produk yang dipasarkan, maupun melalui pembelian tidak langsung melalui jaringan keanggotaan. Tetapi kadang *point* bisa diperoleh tanpa pembelian produk, namun dilihat dari banyak dan sedikitnya anggota yang bisa direkrut oleh orang tersebut, yang sering disebut dengan pemakelaran.⁹

1. Macam-macam *Multi Level Marketing*

a. Sistem *Binary Plan*

Sistem *Binary Plan* ini mengutamakan pengembangan jaringan hanya dua *leg* saja dan mengutamakan keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringan dan omset bisnis dalam perusahaan MLM seperti ini, semakin besar bonus yang diterima. Namun jika tidak seimbang, maka bonus-bonus tersebut mengalir deras ke dalam perusahaan. Biasanya sistem *Binary Plan* ini diusung perusahaan-perusahaan MLM yang dibuat oleh orang Indonesia. Biasanya perkembangan jaringan perusahaan yang menggunakan sistem *Binary Plan* relatif cepat sekali. Mitra-mitranya cepat mendapat bonus besar. Agar terlihat semakin mudah

⁹ Andi Setiawan, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal STAIN Jurai Siswo Metro*, hlm. 4. dalam <http://www.journal.stainmetro.ac.id/index.php/kronika/article/viewFile/1005948> diakses pada 16 Juli 2018.

mendapatkan uang, mitra-mitra dari perusahaan seperti ini menerapkan aturan mendapatkan uang sebagai bonus dari perekrutan mitra yang mereka ajak (bonus sponsoring). Ini artinya mereka seperti halnya memperjualbelikan orang-orang (*trafficking*) dalam cara halus. Sistem ini biasanya memberikan bonus besar di awal karir saja sebagai iming-iming bahwa menjalankan bisnis MLM bersistem *binary* ini sangat mudah. Kenyataannya sistem *binary* ini menciptakan kesimpulan bahwa yang diuntungkan adalah mitra yang *join* di awal. Karenanya, MLM dengan system ini tidak pernah mendapatkan sertifikasi syariah bagi sistemnya.¹⁰

Dalam perusahaan seperti ini biasanya juga memungkinkan seseorang untuk membeli posisi tertentu sehingga seseorang dapat memperoleh peringkat tertentu tanpa bersusah payah mengerjakannya. Ini juga memungkinkan seseorang memiliki beberapa posisi dengan satu nama pribadi yaitu milik orang itu sendiri.¹¹

b. Sistem Matrix

Sistem matrix ini pengembangan jaringannya menggunakan konsep hanya 3 *frontline* saja dan begitu pula selanjutnya ke bawah. Jenis sistem ini muncul untuk mengakali sistem binary yang dianggap *money game*.¹²

c. Sistem *Break Away*

Sistem ini pengembangan jaringannya mengutamakan kelebaran. Semakin banyak *frontline*, semakin besar pula bonus yang diterima.

¹⁰ *Ibid*, hal. 6-7

¹¹ *Ibid.*, hlm. 7.

¹² *Ibid.*, hlm 7.

Namun kelemahannya adalah seorang agen harus mengurus semuanya sendiri. Sistem ini juga memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline*-nya. Bonus yang didapat mitranya biasanya kecil di awal, namun besar di peringkat atas. Dikarenakan bonus member di awal karirnya kecil, maka biasanya perusahaan seperti ini mengandalkan iming-iming bonus perekrutan.¹³

Dengan mengetahui sistem marketing bisnis plan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta keyakinan akan kesuksesan yang memungkinkan untuk dapat diraih dengan menyetujui segala syarat serta kompensasi yang ada. Maka kerja membesarkan bisnis MLM yang dipilih bisa dapat lebih terarah dengan baik.¹⁴

2. Cara Kerja *Multi Level Marketing*

MLM adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol, yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.¹⁵

¹³ *Ibid.*, hlm 8.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Firman Wahyudi, "Mutli Level Marketing Dalam Kajian Fiqh *Mu'amalah*", Jurnal *Al-Banjari*, Vol. 13, No. 2, Juli-Desember 2014, hal. 166-167 dalam <http://jurnal.iain-antasari.ac.id/index.php/al-banjari/article/viewFile/396309>. Diakses pada 16 Juli 2018.

Mekanisme operasional pada MLM ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor kemudian, orang lain itu dapat pula mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat single level. Pada pendistribusian konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabung ke dalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga “wiraniaga”. Pada sistem *single level* ini, para wiraniaga tersebut meskipun mengajak temannya, hanya sekedar pemberi referensi yang secara organisasi tidak dibawah koordinasinya melainkan terlepas. Mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.¹⁶

Dalam MLM, terdapat unsur jasa. Hal ini dapat kita lihat dengan adanya seorang distributor yang menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapat upah dari presentase harga barang. Selain itu jika ia dapat menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia mendapatkan bonus yang ditetapkan perusahaan.¹⁷

Pada dasarnya cara kerja pemasaran dengan strategi MLM berorientasi pada prestasi dari setiap anggota atau distributornya. Para distributor dituntut untuk menjual produk sesuai target dan membangun

¹⁶ Gemala Dewi, Dkk, *Hukum Perikatan...*, hlm. 188.

¹⁷ Mardani, *Hukum Perikatan...*, hal. 210

jaringan seluas-luasnya. Adapun cara kerja pemasaran dengan strategi MLM adalah:¹⁸

1. Pertama-tama Anda akan disponsori oleh seorang distributor perusahaan MLM. Sponsor Anda adalah distributor yang lebih dahulu bergabung dengan perusahaan MLM. Tugas Anda antara lain menjual produk-produk perusahaan MLM dan mencari mitra bisnis baru sebanyak mungkin untuk bergabung menjadi distributor, hingga membentuk suatu jaringan yang luas.
2. Membayar uang pangkal/pendaftaran. Untuk dapat didaftar sebagai anggota atau distributor, setiap orang diwajibkan membayar sejumlah uang yang sudah ditentukan besarnya. Uang pendaftaran ini biasanya akan diserahkan ke *stockiest* terdekat bersamaan dengan formulir pendaftaran yang telah diisi oleh prospek atau calon distributor. Setelah membayar uang pangkal seorang distributor baru akan mendapatkan berbagai fasilitas misalnya buku pedoman, kartu anggota, literatur perusahaan, majalah, selebaran berkala, informasi produk, formulir-formulir pesanan, nasehat bisnis, dan contoh-contoh produk.¹⁹
3. Menandatangani perjanjian atau kontrak. Seorang anggota/distributor yang sudah membayar sejumlah uang pangkal tadi, kemudian akan menandatangani suatu kontrak yang bersifat mengikat distributor dan perusahaan. Seorang distributor harus mematuhi berbagai peraturan yang sudah ditetapkan, sedangkan perusahaan berkewajiban untuk menyediakan

¹⁸ Andi Setiawan, *Multi Level Marketing...*, hal. 8

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 8.

produk, memberikan berbagai bonus atau komisi, memberikan layanan sebagaimana dijanjikan dalam *marketing plan* perusahaan, dan pedoman agar para distributor dapat menjalankan bisnisnya dengan benar. Setiap anggota berhak untuk mendapatkan produk-produk dari perusahaan dengan harga distributor atau harga grosir.²⁰

4. Melaksanakan aktivitas penjualan produk. Para distributor kemudian melakukan kegiatan menjual produk-produk perusahaan kepada konsumen. Sebagian besar penjualan langsung/*direct selling* ini merupakan personal *selling/face to face*, diawali dengan suatu rekomendasi atau pendekatan langsung. Para distributor biasanya memberikan penjelasan tentang produk-produk perusahaan dan meyakinkan akan manfaat, keunggulan, atau kualitas agar orang bersedia untuk membelinya.²¹
5. Mengembangkan jaringan. Selain bertugas menjual produk secara langsung kepada konsumen, setiap distributor juga harus mengembangkan jaringan penjualan seluas-luasnya. Untuk dapat membangun jaringan, setiap distributor harus mencari prospek. Ada beberapa strategi untuk mendapatkan prospek, yaitu kembangkan jaringan seluas-luasnya, jelajahi seluruh pasar, temui orang-orang tempat prospek bergantung, dan tampilkan diri sebagai agen. Apabila distributor berhasil dalam mengembangkan jaringan, maka perusahaan akan memberikan berbagai imbalan dalam bentuk bonus, potongan harga, dan insentif-insentif

²⁰ *Ibid.*, hlm. 9.

²¹ *Ibid.*

lainnya. Strategi MLM bertumpu pada pengembangan jaringan, sehingga semakin banyak seorang distributor berhasil merekrut anggota baru maka penghasilan atau bonusnys semakin besar.²²

B. Sistem Network Marketing

Network Marketing disebut juga *Multi Level Marketing* adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Network Marketing* atau *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.²³

Perusahaan yang menjalankan sistem *network marketing* memasarkan produk-produknya melalui member-member dari perusahaan tersebut. *Network Marketing* adalah cara pemasaran yang sah secara hukum dan legal. Di Indonesia sendiri diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung.

Dalam bisnis *Network Marketing*, para distributor akan diberikan komisi sesuai dengan peraturan (disebut rencana pemasaran/*marketing plan*) yang ada di masing-masing perusahaan, komisi yang dibayarkan bukan hanya hasil dari pembelian produk atas nama pribadi, tetapi juga dari pembelian produk dari setiap

²² *Ibid.*

²³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. ke-III, (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 613.

member. Bisnis *network marketing* adalah bisnis yang legal, dan bisa dipercaya. Namun, kesalahpahaman terjadi sehingga ada beberapa pihak yang menjadi antipati terhadap skema pemasaran *network marketing*.

Adanya berita negatif terhadap *network marketing* biasanya disebabkan oleh tiga hal, 1) karena adanya kesalahan banyak orang yang tidak mengerti perbedaan antara *network marketing* dengan *money game*; 2) adanya perilaku sebagian distributor yang memberikan janji berlebihan pada konsumen dan tidak etis dalam melakukan promosi sehingga membuat konsumen antipati. Bisnis *network marketing* sebetulnya merupakan cara pemasaran yang menguntungkan baik pembeli dan penjual dan pihak perusahaan. Namun sayang ada beberapa oknum pelaku *network marketing* yang dalam mempromosikan produknya bersikap kurang etis; 3) Adanya pelaku yang gagal dan merasa kecewa kemudian menyebar berita bahwa *network marketing* itu buruk.

Dalam skema pemasaran *network marketing* yang sah, yang bergabung duluan tidak selalu lebih diuntungkan, misalnya apabila si B bergabung di bawah si A namun si B jauh lebih tekun dalam mengembangkan bisnis, akhirnya si B menerima komisi yang jauh lebih banyak dari si A. Jika suatu *network marketing* selalu menguntungkan yang diatas/yang duluan bergabung, maka skema *network marketing* di atas adalah tidak sah dan merupakan skema piramida atau *money game*.

Money game adalah skema permainan uang, skema ini sudah dilarang di Negara-negara maju contohnya di Amerika Serikat, perusahaan piramida atau *money game* dapat ditumpas oleh FTC (*Federal Trade Commissions*). Ciri khas

money game antara lain adalah seseorang yang ingin bergabung dengan perusahaan *network marketing* hanya disuruh mendaftar dan tidak mendapatkan produk, hanya menyeter uang ke orang yang duluan bergabung, dan penghasilan yang diperoleh merupakan setoran orang lain ke rekening kita sebagai seorang member yang lebih dulu bergabung.

C. *Multi Level Marketing* Dalam Pandangan Islam

Semua bisnis yang menggunakan sistem MLM, dalam literatur Fiqh termasuk dalam kategori *mu'amalah* yang dibahas dalam bab *al-buyu'* (jual-beli). Dalam kajian Fiqh kontemporer, bisnis MLM ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu: (1) produk barang atau jasa yang dijual; dan (2) sistem penjualannya (*selling marketing*).²⁴

Pertama, berkaitan dengan produk atau barang yang dijual apakah halal atau haram tergantung kandungannya, apakah terdapat sesuatu yang diharamkan Allah SWT seperti unsur babi, khamr, bangkai atau darah. Begitu pula dengan jasa yang dijual apakah mengandung unsur kemaksiatan seperti praktik perzinaan, perjudian, gharar dan spekulatif.²⁵ Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

²⁴ Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Syari'ah* Volume 2, Nomor 1, Juni 2014, hlm. 77 dalam <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/716/pdf> diakses pada tanggal 16 Juli 2018.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 78.

فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ (البقرة: ٢٧٥)

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. al-Baqarah : 275)²⁶

Dalam surat ash-Shaff ayat 10-13 juga disebutkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجْرَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ﴿١٠﴾
 تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ
 لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْمُونَ ﴿١١﴾ يَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَيُدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا
 الْأَنْهَارُ وَمَسْكِنٍ طَيِّبَةٍ فِي جَنَّاتٍ عَدْنٍ ذَٰلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١٢﴾ وَأُخْرَىٰ تُحِبُّونَهَا
 نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ وَبَشِيرٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ﴿١٣﴾ (الصَّفّ: ١٠-١٣)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (10) (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui. (11) Niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkanmu ke dalam jannah yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam jannah 'Adn. Itulah keberuntungan yang besar. (12) Dan (ada lagi) karunia yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan

²⁶ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jilid V, (Yogyakarta: Dhana Bakti Wakaf, 1991), hlm. 36.

kemenangan yang dekat (waktunya). dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang yang beriman.(13) (Q.S. As-Saff : 10-13)²⁷

Kedua, berkaitan dengan sistem penjualannya, bisnis MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, dan sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen ini, dalam terminologi Fiqh disebut sebagai “samsarah/simsar”.²⁸

Kegiatan *samsarah* (perantara) dalam bentuk distributor, agen, *member* atau mitra niaga termasuk akad *ijarah*,²⁹ yaitu transaksi memanfaatkan tenaga dan jasa orang lain dengan imbalan atau *ujrah*. Akad *samsarah* ini hukumnya dibolehkan oleh para ulama, seperti Ibnu Sirin, Atha, Ibrahim, dan Hasan.³⁰

Insentif yang diberikan harus memperhatikan dua kriteria, yaitu:

1. Prestasi penjualan produk
2. Banyaknya *downline* yang dibina, sehingga ikut menyukseskan kinerjanya.

Sedangkan dari sisi syariah, pemberian insentif harus memenuhi tiga syarat sebagai berikut:

1. Adil. Insentif (bonus) kepada seseorang (*upline*) tidak boleh mengurangi hak orang lain yang ada di bawahnya (*downline*), sehingga tidak ada yang dizalimi.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 552.

²⁸ Anita Rahmawaty, “*Bisnis Multilevel ...*”, hlm. 78.

²⁹ *Ijarah* juga dapat berarti akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembiayaan upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership milikiyyah*) atas barang itu sendiri. Lihat Isriani Hardini dan Muh. H. Giharto, *Kamus Perbankan Syariah*, Cet. ke- II, (Bandung: PT Kiblat Buku Utama, 2012), hlm. 45.

³⁰ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat...*, hlm. 616.

2. Terbuka. Pemberian insentif juga harus diinformasikan kepada seluruh anggota, bahkan mereka harus diajak musyawarah dalam menentukan insentif dan pembagiannya.
3. Berorientasi kepada *al-falah* (keuntungan dunia dan akhirat). Keuntungan dunia artinya keuntungan yang bersifat materi. Sedangkan keuntungan akhirat bahwa kegiatan bisnisnya merupakan ibadah kepada Allah SWT.³¹

Namun demikian, untuk keabsahan bisnis ini harus memenuhi syarat-syarat, di antaranya adalah: distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan syubhat. Selain itu, distributor berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya. Sedangkan pihak perusahaan yang menggunakan jasa marketing harus segera memberikan imbalan para distributor dan tidak boleh menghanguskan atau menghilangkannya.³² Allah SWT berfirman dalam surat an-Nisa ayat 29:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

(النساء : ٢٩)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. an-Nisa’ : 29)³³

³¹ *Ibid.*, hlm. 619.

³² Anita Rahmawaty, “Bisnis Multilevel Marketing”..., hlm. 78.

³³ Departemen Agama RI, *al-Qur’an dan Tafsirnya*..., hlm. 83.

Selanjutnya, dalam surat al-A'raf ayat 85 disebutkan:

وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۗ قَالَ يَنْقَوْمِ اَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِّنْ اِلٰهٍ غَيْرُهُ ۗ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِّنْ رَبِّكُمْ ۗ فَارْزُقُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ اَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَفْسِدُوا فِى الْاَرْضِ بَعْدَ اِصْلَاحِهَا ۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٨٥﴾ (الأعراف : ٨٥)

Artinya: Dan (Kami Telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya Telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman". (Q.S. al-A'raf : 85)³⁴

Mengenai beberapa bisnis MLM atau hanya berkedok MLM yang masih meragukan (syubhat) ataupun yang sudah jelas ketahuan tidak sehatnya bisnis tersebut baik dari kehalalan produknya, sistem *marketing fee*, legalitas formal, pertanggung jawaban, tidak terbebasnya dari unsur-unsur haram seperti riba (permainan bunga atau penggandaan uang), zalim, *gharar* (merugikan nasabah dengan money game), *maysir* (perjudian) sebaiknya ditinggalkan.³⁵

Ada MLM yang membuka pendaftaran keanggotaan (member), dengan mensyaratkan kepada member untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk menjadi member dan setelah menjadi member, ia akan menerima suatu produk tertentu yang diberikan oleh pihak perusahaan. Ini berarti, terjadi pembayaran dari

³⁴ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya...*, hlm. 161.

³⁵ Mardani. *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 314

satu pihak yang kemudian diikuti oleh pemberian barang dari pihak lainnya, sehingga terjadi akad *bai'* (jual beli). Selain itu, dia secara otomatis mendapat kesempatan untuk mencari orang yang akan menjadi *downline*-nya.

Jika dia berhasil mencari sejumlah *downline* (sesuai kesepakatan dengan perusahaan), maka dia berhak atas bonus dari perusahaan. Pencarian orang ini sifatnya tidak mengikat, artinya si member tidak berkewajiban untuk itu, hanya sebatas berhak saja. Bila ingin mendapatkan bonus, maka tentu dia harus mencari *downline*, tapi bila tidak juga tidak apa-apa. Hal seperti ini menimbulkan akad *ji'alah*.

Dalam MLM tipe ini, terjadi dua akad dalam waktu yang bersamaan: akad *bai'* dan akad *ji'alah*. *Bai'* berarti jual beli, sedangkan *ji'alah* berarti memberikan upah kepada seseorang yang telah melakukan pekerjaan untuknya.³⁶ Jual beli diartikan juga dengan menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.³⁷ Berkaitan dengan terjadinya dua akad dalam waktu yang bersamaan, terdapat hadis Nabi Muhammad SAW yang melarangnya, yaitu:

عن أبي هريرة قال نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيعتين في بيعة (رواه أحمد والنسائي)³⁸

“Dari Abu Hurairah r.a berkata, ‘Rasulullah Saw. melarang dua akad dalam satu transaksi.’” (Riwayat Ahmad dan An-Nasa’i. Hadits ini shahih menurut Al-Tirmidzi dan Ibnu Hibban.)

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Mu’amalah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hlm. 67

³⁸ Ahmad bin Syu’aib bin Ali an-Nasa’i, *Sunan An-Nasa’i*, Kitab *Al-Buyu’*, Bab *Bai’ataani fi Bai’ati* (Beirut: Dar al-Kitab al-Ilmiyah, 2002) hlm. 744.

Transaksi adalah pertukaran barang-barang atau jasa-jasa pada tingkat harga tertentu atau dalam jumlah uang tertentu.³⁹ Sedangkan dua jual-beli ini berarti akad. Artinya, dilarang melakukan dua akad dalam satu transaksi. MLM jelas mempraktekkan dua akad dalam satu transaksi, yaitu *ba'i* dan *ji'alah*.

Dari sisi akad, ada beberapa MLM yang *bai'*-nya terancam rusak (*fasid*). Ini terjadi pada beberapa MLM yang mensyaratkan pembelian produk untuk menjadi member, tapi pada prakteknya justru seperti jual beli. Calon member membayar biaya pendaftaran dan perusahaan memberinya produk tertentu, sehingga secara lahiriah adalah jual beli. Tapi calon member ketika memberikan uang tidak berniat membeli barang melainkan niatnya adalah menjadi member, sehingga ijab dari pihak member ini kabur. Maka dari itu, jual belinya fasid, karena salah satu rukunnya tidak jelas.⁴⁰ Selain itu, calon member juga harusnya tidak melakukan akad dengan terpaksa. Artinya jika niatnya menjadi member, seharusnya calon member tidak menyesal jika ternyata ia harus membeli produk tertentu dari perusahaan tersebut.⁴¹

Jual beli dibolehkan dalam syariat karena pada dasarnya, semua bentuk kegiatan bisnis menurut syariat Islam termasuk dalam kategori muamalat hukumnya sah dan boleh dilakukan, adapun yang dilarang adalah riba, hal ini disebutkan dengan jelas didalam Al-Quran. Jual beli ini dilakukan secara sukarela dan tidak terpaksa.

³⁹ Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barlian, *Manajemen Keuangan Satu*, Edisi 3, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2001), hlm. 499.

⁴⁰ Gemala Dewi, Dkk, *Hukum Perikatan...*, hlm. 184.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 186.

Penulis berpendapat bahwa adapun disyaratkan member membeli produk suatu perusahaan MLM adalah hal yang wajar dikarenakan ketika seseorang mendaftar menjadi member suatu perusahaan MLM maka dia bersedia mengikuti aturan yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Hal ini juga menunjukkan bahwa suatu perusahaan MLM tidak melakukan sistem *money game* yang cenderung menggunakan skema piramida, dimana uang pendaftaran dari member digunakan untuk kepentingan member, bukan untuk *upline* yang sudah terlebih dahulu bergabung dengan perusahaan MLM.

Secara realitas, kini perusahaan MLM sudah banyak tumbuh di dalam dan luar negeri. Bahkan, di Indonesia sudah ada yang secara terang-terangan menyatakan bahwa MLM tersebut sesuai syariat, seperti Ahad-Net, MQ-Net, dan lain-lain. Produk dan usaha MLM yang menjalankan Prinsip Syariah, memperoleh sertifikat halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Untuk MLM yang berdasarkan Prinsip Syariah ini, hingga sejauh ini memang diperlukan akuntabilitas dari MUI.⁴²

Agar bisnis MLM ini sesuai dengan syariah, maka harus dipenuhi beberapa syarat sebagai berikut:

1. Produk yang dipasarkan harus halal, *thayib* (berkualitas), dan menghindari syubhat.
2. Sistem akadnya harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam.

⁴² *Ibid.*, hlm. 190.

3. Kegiatan operasional, kebijakan, *corporate culture*, dan sistem akuntansinya harus sesuai dengan syariah.
4. Tidak ada upaya untuk melakukan *mark up* harga barang melampaui batas kewajaran (misalnya dua kali lipat), sehingga anggota terzalimi dengan harga yang sangat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaatnya.
5. Struktur manajemennya memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
6. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya sebagai anggota yang menerima *pasif income* tanpa bekerja.
7. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
8. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir (belakangan)
9. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
10. Tidak menitikberatkan kepada barang-barang tersier ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan sikap hura-hura dan pesta pora karena sikap tersebut tidak sesuai dengan syariah.
12. Perusahaan MLM harus beorientasi kepada kemaslahatan ekonomi umat.⁴³

⁴³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, hlm. 618-619.

D. Pengertian Jual Beli

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual” dan “beli”, yang mempunyai arti bertolak belakang. Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual, sedangkan kata beli menunjukkan adanya perbuatan membeli. Perbuatan jual beli menunjukkan adanya perbuatan dalam satu peristiwa yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli, maka dalam hal ini terjadilah hukum jual beli.⁴⁴

Jual beli dalam istilah ahli fiqih disebut dengan *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al ba'i* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *asy-syira'* (beli). Kata *al-ba'i* (jual) dan *al-syira'* (beli) dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama. Dan kata ini masing-masing mempunyai makna dua, yang satu dengan yang lainnya bertolak belakang.⁴⁵

Sedangkan menurut istilah *syara'*, jual beli adalah menukar harta-harta menurut cara-cara tertentu.⁴⁶ Menurut Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi, Menurut *syara*, pengertian jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin *syara'*, sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan *syara'* untuk selamanya yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa uang.⁴⁷

Jual beli dalam perspektif hukum Islam harus sesuai dengan ketentuan hukum ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lainnya

⁴⁴ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), cet. I, hlm. 128

⁴⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* Jilid 3 (terj: Aseb Sobari), (Jakarta: Al-I'tishom, 2008), hlm. 47.

⁴⁶ Idris Ahmad, *Fiqh Menurut Mazhab Syafi'i*, (Jakarta: Widjaya, 1969), hlm. 5.

⁴⁷ Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi, *Fath al-Qarib al-Mujib*, Dâr al-Ihya al-Kitab, al-Arabiah, (Indonesia, tth), hlm. 30.

yang ada kaitannya dengan jual beli, maka bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*. Yang dimaksud dengan benda dapat mencakup pada pengertian barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai, yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut *syara'*, benda itu adakalanya bergerak (bisa dipindahkan) dan adakalanya tetap (tidak dapat dipindahkan), ada benda yang dapat dibagi-bagi, adakalanya tidak dapat dibagi-bagi, harta yang ada perumpamaannya (*mitsli*) dan tak ada yang menyerupainya (*qimi*) dan yang lain-lainnya, penggunaan harta tersebut dibolehkan sepanjang tidak dilarang *syara'*.⁴⁸

Adapun jual beli menurut Hukum Perdata (BW) adalah suatu peristiwa perjanjian timbal balik dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lain (pembeli) berjanji untuk membayar dengan harga yang terdiri dari sejumlah uang sebagai imbalan.⁴⁹

Menurut istilah (*terminologi*) yang dimaksud jual beli adalah sebagai berikut:

1. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar yang sesuai dengan aturan *syara'*.
2. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.

⁴⁸ Imam Taqi al-Din Abu Bakr ibn Muhammad Al-Hussaini, *Kifâyah Al Akhyâr*, (Beirut: Dâr al-Kutub al-Ilmiah, tth), Juz, I, hlm. 239.

⁴⁹ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 1.

3. Melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
4. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
5. Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola dengan *ijab* dan *qabul*, dengan cara yang sesuai dengan *syara*'.
6. Aqad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.⁵⁰

Sebagaimana dikutip oleh Sayyid Sabiq dalam bukunya yang berjudul *Fiqh Sunnah* dijelaskan bahwa, pengertian jual beli secara istilah adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya atau dengan pengertian lain, memindahkan hak milik dengan hak milik lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.⁵¹

Sebagian ulama memberi pengertian jual beli adalah tukar-menukar harta meskipun masih ada dalam tanggungan atau kemanfaatan yang mubah dengan sesuatu yang semisal dengan keduanya, untuk memberikan secara tetap.⁵²

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan jual beli dapat dilakukan dengan pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang dibolehkan, antara kedua belah pihak atas dasar saling rela atau ridha atas pemindahan kepemilikan sebuah harta (benda), dan memudahkan milik dengan berganti yang

⁵⁰ Syekh Abdurrahmas as-Sadi, Dkk. *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah*, (Jakarta: Senayan Publishing, 2008), hlm. 143.

⁵¹ Abdul Rahman Ghazali, Dkk. *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 66.

⁵² Syekh Abdurrahmas as-Sadi, et al., *Fiqh Jual Beli...*, hlm. 143.

dapat dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang sah dalam ketentuan *syara'* dan disepakati.⁵³

Dari definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati. Proses tukar-menukar barang atau sesuatu oleh seseorang (penjual) dengan seseorang yang lain (pembeli), yang dilakukan dengan cara-cara tertentu yang menyatakan kepemilikan untuk selamanya dan didasari atas saling merelakan tidak ada unsur keterpaksaan atau pemaksaan pada keduanya.

1. Macam-Macam Jual Beli

Jual-beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual-beli ada dua macam yaitu:

1. Jual-beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum.
2. Jual beli dari segi objeknya dan dari segi pelaku jual beli.

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk⁵⁴:

“Jual-beli itu ada 3 macam: Pertama, jual-beli benda yang kelihatan, Kedua, jual-beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji, dan Ketiga, jual-beli benda yang tidak ada”

⁵³Hendi Suhendi, *Fiqih Mu'amalah*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2014), hlm. 68.

⁵⁴ Imam Taqi al-Din Abu Bakr ibn Muhammad Al-Hussaini, *Kifâyah Al Akhyâr*, (Beirut: Dâr al-Kutub al-Ilmiah, tth), Juz, I, hlm. 329.

Dari penjelasan hadist di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jual beli benda yang kelihatan adalah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.
2. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian adalah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli tidak tunai. Salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.
3. Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.

Ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian yaitu dengan lisan, dengan perantara, dengan perbuatan.

- a. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Bagi orang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak. Hal yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.

b. Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan, atau surat-menyurat sama halnya dengan ijab kabul dengan ucapan, misalnya via pos dan giro, jual beli seperti ini dibolehkan menurut syara“Dalam pemahaman sebagian ulama“ bentuk ini hampir sama dengan bentuk jual beli salam, hanya saja jual beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majelis akad, sedangkan dalam jual beli via Pos dan Giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majelis akad.

c. Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu“athah* yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa *ijab* dan *qabul*, seperti seorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual dan kemudian diberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual beli dengan demikian dilakukan tanpa *sighat* ijab kabul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi’iyah tentu hal ini dilarang sebab ijab kabul sebagai rukun jual beli. Tetapi sebagian Syafi’iyah lainnya, seperti Imam Nawawi membolehkan jual beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian, yakni tanpa *ijab qabul* terlebih dahulu.

Jumhur ulama berpendapat bahwa jual beli seperti ini hukumnya boleh, apabila hal ini telah merupakan kebiasaan suatu masyarakat di suatu negeri, karena unsur terpenting dalam transaksi jual beli adalah suka sama suka (*al-taradhi*), sikap mengambil barang dan membayar harga barang oleh pembeli

menurut mereka telah menunjukkan *ijab* dan *qabul* yang telah mengandung unsur kerelaan.⁵⁵

Sedangkan ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan ucapan yang jelas atau sindiran melalui *ijab* dan *qobul*. Oleh sebab itu, menurut mereka jual beli seperti ini baik jual beli itu dalam partai besar ataupun kecil. Alasan mereka adalah unsur utama dalam jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Unsur kerelaan menurut mereka adalah masalah yang amat tersembunyi dalam hati, karenanya perlu di ungkapkan dengan kata-kata *ijab* dan *qabul*, apalagi persengketaan dalam jual beli dapat terjadi dan berlanjut ke pengadilan.⁵⁶

Akan tetapi, beberapa ulama Syafi'iyah seperti An-Nawawi, dan Al-Mutawalli membolehkan jual beli *mua'thah* di dalam sesuatu yang dianggap sebagai jual beli. Sebagian dari ulama Syafi'iyah ini, seperti Ibnu Suraij dan Imam Ar-Ruyani membolehkan jual beli *mua'thah* khusus dalam barang-barang yang murah, seperti, roti, sayuran dan lain-lain.⁵⁷

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, segala macam transaksi jual beli adalah boleh kecuali ada beberapa jual beli yang dilarang dalam Islam. Sedangkan untuk jual beli yang dilarang sebenarnya, sudah dapat diketahui bahwa Allah SWT telah memperbolehkan kepada hamba-hambanya untuk melakukan jual beli, akan tetapi selama transaksi tersebut tidak menyebabkan tertundanya amalan yang lebih bermanfaat dan lebih penting. Misalnya jual beli khamr,

⁵⁵Nasrun Haroen, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 177.

⁵⁶Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 74.

⁵⁷Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 184.

menjual alat musik, menjual dengan cara menipu, dan menyebabkan terkesampingkannya pelaksanaan ibadah yang wajib atau menyebabkan kerugian bagi yang lain.⁵⁸

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam surat Al-Jumu'ah ayat 9:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ
 إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾ (الجمعة : ٩)

Artinya: “Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.” (Q.S Al-Jumu'ah : 9)⁵⁹

2. Syarat dan Rukun Jual Beli

Transaksi jual-beli dianggap sah apabila dilakukan dengan *ijab kabul*, kecuali barang-barang kecil yang hanya cukup dengan *mu'athah* (saling memberi tanpa ucapan), dan biasanya disesuaikan dengan kebiasaan yang berlaku pada masyarakat. Tidak ada kata-kata khusus dalam pelaksanaan ijab dan qabul, karena standar dalam transaksi adalah makna dan tujuan, bukan lafaz dan huruf.

Adapun yang menjadi ketentuan akad adalah adanya unsur saling ridha atas barang yang dipertukarkan. Juga dengan sesuatu yang menunjukkan pengambilan dan pemberian gantinya. Maksudnya, jual beli bisa terwujud dengan setiap sesuatu yang mengindikasikan rasa ridha dan kepemilikan dan pemberian kepemilikan, seperti ucapan seseorang, “Aku menjual, aku berikan, aku pindahkan

⁵⁸Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhkhasul Fiqhi*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), hlm. 369.

⁵⁹Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya...*, hlm. 554.

hak milik kepadamu,” atau, “Ini menjadi milikmu dan berikan harganya.” Atau, ucapan seorang pembeli, “Aku ambil barangmu, aku terima, atau aku rela.” Atau, perkataan, “Terimalah uangnya.”⁶⁰

Beberapa rukun jual beli diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penjual dan pembeli

Syarat keduanya:

- a. Berakal, agar dia tidak terkicuh, orang yang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.
- b. Dengan kehendaknya sendiri (bukan dipaksa); keterangan ayat di atas mengatakan (suka sama suka).
- c. Keadaannya tidak mubazir (pemboros) karena harta orang yang mubazir itu di tangan walinya.
- d. Baligh (sampai berumur 15 tahun).

2. Uang dan benda yang dibeli

Syarat keduanya:

- a. Suci, najis tidak sah dijual dan tidak boleh dijadikan uang untuk dibelikan, seperti kulit mayat yang belum disamak.
- b. Ada manfaatnya, tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya.
- c. Keadaan barang itu dapat diterima dan diserahkan, tidak sah menjual sesuatu barang yang tidak dapat diserahkan kepada yang membeli.
- d. Keadaan barang kepunyaan yang menjual.

⁶⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (terj: Aseb Sobari), (Jakarta: Al-I'tishom, 2008), hlm. 264-265.

- e. Barang itu diketahui oleh si penjual dan si pembeli, dengan terang zat, bentuk, kadar (ukuran) dan sifat-sifatnya.

3. Lafaz (kalimat *ijab* dan *qabul*)

Syaratnya:

- a. Keadaan *ijab* dan *qabul* berhubung. Arti salah satu keduanya pantas menjadi jawab dari yang lain karena belum berselang lama.
- b. Hendaklah mufakat (sama) makna keduanya walaupun lafaz keduanya berlainan.
- c. Keadaan keduanya tidak disangkutpautkan dengan urusan yang lain, seperti katanya “kalau saya jadi pergi, saya jual barang ini sekian”.
- d. Tidak berwaktu, sebab jual beli berwaktu seperti sebulan atau setahun tidak sah.⁶¹

E. Jual Beli *Mu'athah*

Al-Mu'athah dan *Al-Munawalah* berasal dari kata '*atha yu'thi* jika dia saling memberi bentuk *mufa'alah* (saling bekerja) dari kata '*atha*' yaitu saling menyerahkan tanpa ada akad. Jual beli dengan sistem *mu'athah* adalah jual beli yang hanya dengan penyerahan dan penerimaan tanpa ada ucapan atau ada ucapan tetapi dari satu pihak saja namun kemudian kalangan ahli Fiqh memakainya untuk jual beli yang bersifat saling memberi secara khusus.⁶²

⁶¹ Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Jakarta: Attahiriyah, 1976), hlm. 269-272.

⁶² Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*, (Jakarta: Amzah, 2014), cet. 2, hlm. 34-35.

Jual beli *mu'athah* adalah kesepakatan kedua belah pihak atas harga (*tsaman*) dan barang yang dijual (*mutsaman*), dan keduanya saling memberi tanpa ijab kabul, dan kadang-kadang ada *lafadz* (perkataan) dari salah satu pihak.⁶³

Dengan berkembangnya teknologi, dunia perdagangan semakin mengalami corak-corak tersendiri, hingga kepada hal yang semakin praktis. Teknis pelaksanaannya tidak lagi menggunakan “ijab dan qabul”. Dan yang tidak menggunakan ijab kabul inilah dalam bahasa Fiqh yang disebut “jual beli *mu'athah*” (saling memberi dan menerima), karena adanya perbuatan dari pihak-pihak yang telah saling memahami perbuatan transaksi tersebut dengan segala akibat hukumnya.⁶⁴

Kegiatan seperti ini sering terjadi di supermarket-supermarket, swalayan-swalayan dan barang-barang kecil yang tidak ada proses tawar menawar di dalamnya. Barang kecil yang dimaksud adalah seperti menjual dan membeli sepotong roti atau sejenisnya sebagai makanan ringan.⁶⁵ Sedangkan akad *mu'athah* adalah mengambil dan memberikan sesuatu.⁶⁶

Dari pengertian di atas, dapat diketahui bahwa jual beli *mu'athah* adalah jual beli dengan cara memberikan barang dan menerima pembayaran tanpa ijab dan kabul oleh pihak penjual dan pembeli, sebagaimana yang berlaku dalam masyarakat sekarang, dimana transaksi dilakukan dengan cara yang dapat

⁶³ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i : Mengupas Masalah Fiqhiyah Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadit*, (Jakarta: Almahira, 2010), hlm. 630.

⁶⁴ Nasrun Harun, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), cet ke-2, hlm.117.

⁶⁵ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu'amalah (Hukum Perdata Islam)*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), cet. Ke-2, hlm. 15.

⁶⁶ Abdurrahman al-Jaziri, *Kitab al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, Juz III, (Beirut: Dar al-Fikr,t.th), hlm.236.

memudahkan kedua belah pihak.⁶⁷ Hal ini dikarenakan hukum Islam pada dasarnya membolehkan segala praktik bisnis yang dapat memberikan manfaat, tiga prinsip dasarnya:

a. Hadits Rasulullah SAW yang berbunyi:

المُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذي)

“Kaum muslimin bertransaksi sesuai dengan syarat-syaratnya selama tidak mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (H.R. *At-Tirmizi*)⁶⁸

b. Kaidah Fiqh yang berbunyi:

الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل دليل على التحريم⁶⁹

“Kaidah hukum islam yang berbunyi “dasar pada setiap sesuatu pekerjaan adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya”.

c. Kaidah Fiqh yang menyatakan bahwa:

العادة شريعة محكمة⁷⁰

“Adat itu menjadi hukum syara’ yang dikokohkan.”

Kesimpulan seperti ini juga sesuai esensi dengan esensi dari akad itu sendiri yang sesungguhnya bukanlah pada bentuk *lafadz* atau perkataan dari ijab

⁶⁷ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 118.

⁶⁸ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tirmidzi*, Juz II, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hlm. 110.

⁶⁹ Jalaluddin As-Suyuthi, *Al-Asybah wa an Nazair fi al-Furu'*, (Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiyyah, 1403 H), hlm. 43.

⁷⁰ Ahmad bin Muhammad al-Zarqa', *Syarh al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*, Cet. VIII, (Beirut: al-Qalam, 1989), hlm. 219.

dan kabul, akan tetapi lebih pada maksud dari transaksi itu sendiri. Hal ini sesuai dengan isi ungkapan kaidah Fiqh yang berbunyi “*yang dianggap di dalam akad adalah maksud-maksud dan makna-makna, bukan lafazh-lafazh dan bentuk-bentuk perkataan*”.

Akad dalam jual beli *mu'athah* tidak disebutkan *shighat*nya karena akad jenis ini dibuat oleh manusia sesuai dengan kebutuhan. Akan tetapi hal tersebut ditentang oleh ulama Syafi'iyah yang mengutarakan bahwa segala bentuk jual beli haruslah menggunakan *shighat*, baik itu jual beli (yang halal) dengan harga murah ataupun mahal.

Di antara metode jual beli yang dibenarkan dalam syariat ialah dengan cara saling menyerahkan barang yang dimaksud; pembeli menyerahkan uang pembayaran, dan penjual menyerahkan barang yang dibeli oleh pembeli tanpa ada satu kata pun dari kedua belah pihak (metode *mu'athah*). Hal ini sebagaimana yang lazim terjadi dipusat-pusat perbelanjaan, seperti supermarket, dan yang serupa.

Alasannya bahwa dalam hal perniagaan, al-Quran dan as-Sunnah an-Nabawiyah hanya mensyaratkan adanya *taradhi* (suka sama suka). Sedangkan suka sama suka letaknya dalam hati setiap orang. Ucapan ijab dan qabul sejatinya hanyalah bukti adanya rasa suka sama suka dalam hati, sebagaimana rasa suka sama suka juga dapat dibuktikan melalui perbuatan.

Pendapat Ulama Tentang Konsep Jual Beli *Mu'athah*

Pendapat Imam Ibnu Qudamah seperti yang dikutip oleh Muhammad Arifin Badri, “Sesungguhnya Allah telah menghalalkan transaksi jual beli, Allah

tidak pernah menjelaskan kepada kita tentang metodenya, sehingga wajib atas kita untuk mengikuti tradisi yang telah berlaku, sebagaimana tradisi yang telah dijadikan standar/pedoman dalam penentuan metode penyerahterimaan barang yang akan diperjualbelikan, dan juga dalam batasan perpisahan dalam akad. Dan seperti inilah praktek kaum Muslimin di pasar-pasar dan dalam setiap perniagaan mereka. Karena perniagaan telah ada sejak zaman Nabi SAW, dan telah dikenal sejak zaman dahulu, akan tetapi Allah dan RasulNya hanya menentukan beberapa hukum dengan perniagaan tersebut, dan tetap membiarkannya seperti yang telah berjalan di masyarakat, sehingga tidak boleh bagi kita untuk merubah yang telah berlaku hanya berdasarkan akal pikiran dan seenak sendiri. Dan tidak pernah diriwayatkan dari Nabi SAW dan juga tidak dari para sahabat beliau - padahal mereka sering melakukan perniagaan-penggunaan kata *ijab* dan *qabul*. Dan seandainya mereka menggunakan *ijab* dan *qabul* dalam perniagaan mereka, niscaya akan diriwayatkan secara *mutawatir*. Dan seandainya *ijab* dan *qabul* adalah syarat dalam setiap perniagaan, niscaya hukumnya wajib untuk untuk diriwayatkan, dan tidak mungkin para ulama melupakannya, karena perniagaan adalah hal yang telah memasyarakat”⁷¹.

Jual beli *mu'athah* adalah jual beli yang telah disepakati oleh pihak yang melakukan akad, terkait dengan barang maupun harganya, akan tetapi akad ini tidak memakai *ijab* *qabul*. Di zaman modern, perwujudan *ijab* *qabul* tidak lagi diucapkan, tetapi dilakukan dengan sikap mengambil barang dan membayar uang

⁷¹Muhamad Arifin bin Badri, *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam Berbisnis & Berdagang Sesuai Sunnah Nabi SAW*, (Jakarta: Darul Haq, 2015), hlm. 100.

oleh pembeli, serta menerima uang dan menyerahkan barang oleh penjual tanpa ucapan apa pun. Misalnya, jual beli yang berlangsung di swalayan.⁷²

Terkait dengan *ba'i al-mu'athah*, terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama *Fiqh*, antara lain adalah sebagai berikut:⁷³

1. Jumhur ulama berpendapat bahwa jual beli seperti ini hukumnya boleh, apabila hal ini telah merupakan kebiasaan suatu masyarakat di suatu negeri, karena hal ini telah menunjukkan unsur saling rela dari kedua belah pihak.
2. Mazhab Syafi'i berpendapat bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan ucapan yang jelas atau sindiran melalui ijab kabul. Oleh sebab itu menurut mereka *ba'i al-mu'athah* hukumnya tidak sah, baik jual beli itu dalam partai besar maupun kecil. Alasan mereka adalah unsur utama jual beli yakni kerelaan kedua belah pihak. Unsur kerelaan menurut mereka adalah masalah yang amat tersembunyi dalam hati, maka perlu diungkapkan dengan kata-kata *ijab* dan *qabul*. Akan tetapi, sebagian ulama mazhab Syafi'i lainnya membedakan antara jual beli dalam jumlah besar dan kecil. Menurut mereka, apabila yang diperjualbelikan dalam jumlah besar, maka jual beli *al-mu'athah* tidak sah, tetapi apabila jual beli itu dalam jumlah kecil maka jual beli ini hukumnya sah.
3. Menurut ulama kontemporer seperti Mustafa Ahmad al-Zarqa' dan Wahbah al-Zuhaili mengatakan bahwa jual beli melalui perantara itu dibolehkan asal antara *ijab* dan *qabul* sejalan. Maka satu majelis tidak harus diartikan sama-

⁷² Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adilatuhu*, (Damaskus: Darul Fikr, 2007), Jilid IV, hlm. 547.

⁷³ Abdurrahman al-Jaziri, *Kitab al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, (Beirut: Dar al-Fikr, t.th.), Juz III, hlm. 236-239.

sama hadir dalam satu tempat secara lahir, tetapi juga dapat diartikan dengan satu situasi dan kondisi, sekalipun antara keduanya berjauhan, tetapi topik yang dibicarakan adalah jual beli itu.⁷⁴

4. Para ulama dari kalangan Malikiyyah dan Hanabilah menyebutkan tentang sahnya jual beli *mu'athah* ini, selama hal itu menjadi kebiasaan masyarakat setempat, sehingga menunjukkan adanya keridhaan.

Dengan demikian jika dianalisis dari kedua perbedaan pendapat antara Imam Syafi'i dan Imam Maliki yang sesuai dengan prinsip jual beli adalah pendapat dari Imam Maliki dan sebagian ulama Syafi'iyah. Karena jual beli bukan hanya sekedar kegiatan tukar-menukar barang. Namun, kedua belah pihak saling membutuhkan dan juga manifestasi antar manusia untuk saling menolong sehingga tidak dibenarkan apabila dalam jual beli terdapat saling merugikan.

Adapun menurut Al-Ghazali, penjual boleh memiliki uang hasil penjualan *mu'athah* jika nilainya sebanding dengan harga yang diserahkan. Dan sebagian ulama madzhab Asy-Syafi'i lainnya seperti Ibn Suraij dan Ar-Ruyani mengkhususkan bahwa dibolehkannya jual beli *mu'athah* dalam barang yang murah seperti roti dan lainnya.⁷⁵

Di samping itu juga, jika dilihat dari versi imam Syafi'i begitu teliti dalam menetapkan hukum dengan mengharuskan berhati-hati dalam hal ibadah dan muamalat. Sedangkan versi imam Maliki sangat mementingkan maslahat untuk kemudahan muamalat manusia.⁷⁶

⁷⁴ Abdul Rahman Ghazali, Dkk. *Fiqh Muamalat*,.... hlm. 75.

⁷⁵ Syaikh al-'Allamah Muhammad bin 'Abdurrahman ad-Dimasyqi, *Fiqh Empat Madzhab* (Bandung: Hasyimi, 2016), hal. 204.

⁷⁶ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Amzah, 2013), hal. 173-174.

BAB TIGA

IMPLEMENTASI SISTEM *NETWORK MARKETING* PADA PEMASARAN PRODUK AMWAY DALAM PERSPEKTIF AKAD JUAL BELI *MU'ATHAH*

A. Profil dan Gambaran Perusahaan Amway

Kisah Amway berawal dari dua sahabat di Michigan Barat yang memiliki impian untuk memperbaiki kehidupan keluarga mereka. Kedua sahabat ini, Jay Van Andel dan Rich De Vos, memulai bisnis mereka di tahun 1950 dengan menjual produk suplemen kesehatan Nutrilite dari pintu ke pintu. Apa yang mereka temukan 50 tahun lalu, ternyata berlaku hingga saat ini, yakni Manusia dan Hubungan diantara mereka adalah inti kesuksesan suatu bisnis. Dengan membangun kepercayaan konsumen, bisnis Nutrilite mereka tumbuh. Tahun 1959, Rich, Jay dan beberapa sahabat mereka mencari ide produk baru untuk pengembangan usaha. Hasilnya adalah produk pembersih rumah pertama Amway, saat ini dikenal sebagai LOC (Liquid Organic Cleanser) Multi-Purpose Cleaner, yang menjadi kisah sukses penjualan dan membuka sebuah peluang besar.¹

Rich dan Jay ingin membagi kesuksesan yang mereka peroleh kepada orang lain. Mereka menciptakan model bisnis unik yang memungkinkan orang lain bergabung di Amway dan mendapat keuntungan dari pengembangan bisnisnya. Model bisnis yang berdasarkan pada *reward* dan penghargaan ini terus berkembang di pasar Amway di seluruh dunia. Produk-produk rumah tangga

¹ Hasil wawancara dengan Zachlul Fuad, Distributor Amway pada tanggal 18 September 2018.

Amway, termasuk detergen pakaian SA8 menjadi *best seller*. Dalam waktu singkat, Amway memiliki 700 karyawan, lebih dari 200 produk eksklusif dan lebih dari 100.000 Distributor. Angka penjualan tahunan Amway terus meningkat, melebihi US\$ 500.000 untuk pertama kalinya.²

Tertarik akan nilai-nilai dan potensi yang ditawarkan oleh peluang bisnis Amway, semakin banyak yang bergabung dalam keluarga besar Amway. Pada pertengahan tahun 70-an, truk Amway telah beroperasi sejauh lebih dari 5.23 juta km, untuk mengantarkan produk kepada jutaan Distributor. Amway pun melebarkan sayapnya ke 8 pasar di 3 benua. Amway Australia dibuka pada 1971 diikuti Amway UK, Hong Kong dan Malaysia. Amway Jepang (AJL) yang didirikan di Tokyo pada 1979, dengan cepat menjadi salah satu pasar terbesar Amway.

Komitmen Amway di bidang kesehatan dan nutrisi menjadikan Amway pionir di bidang *water treatment system*. Ketersediaan air bersih yang merupakan tantangan di banyak negara. Perhatian terhadap masalah ini yang memegang peranan penting dalam riset dan pengembangan Amway, hingga lahirnya suatu produk penjernih air *eSpring* yang meraih sukses besar. Nilai penjualan Amway mencapai lebih dari USD 1 milyar untuk pertama kalinya. Dan angka ini terus meningkat hingga kini. Amway mengembangkan kantor pusatnya di Ada, Michigan dan membangun pabrik baru untuk kosmetik Artistry.

Mengikuti jejak kedua orangtua mereka, Steve van Andel dan Dick de Vos meneruskan kesuksesan pendahulu mereka sebagai Chairman dan Presiden

² *Ibid.*

Amway. Di periode 1990 inilah penjualan retail Amway mencapai angka US\$ 5 milyar. Pada 1995, Amway Jepang mensponsori Olimpiade Musim Dingin Nagano di Jepang. Pada periode ini juga diluncurkan situs *e-commerce* Amway untuk mendukung dan memperluas bisnis para Distributor melalui internet.

Sebagai sebuah perusahaan, Amway mempunyai visi yang menjadi pedoman perusahaan, yakni “Membantu mewujudkan Kehidupan Yang Lebih baik. Melalui Rancangan Penjualan dan Pemasaran Amway, Amway menawarkan peluang untuk memiliki bisnis sendiri dan berbagai produk-produk Amway berkualitas”. Prinsip-prinsip Rich DeVos dan Jay Van Andel membangun bisnis Amway adalah sebagai berikut:

a. Kebebasan

Kebebasan adalah kondisi yang alami dan lingkungan paling kondusif untuk hidup, bekerja, berprestasi, dan bertumbuh. Bisnis Amway menjunjung tinggi dan memperluas kebebasan setiap membernya, baik dalam aspek pribadi maupun ekonomi.

b. Keluarga

Keluarga merupakan struktur sosial terutama bagi setiap orang, sebagai sumber kasih sayang dan pertumbuhan sekaligus penyambung tradisi dan warisan. Oleh karena itu Amway menerapkan padasemua membernya untuk menjadikan keluarga sebagai prioritas utama dalam segala hal.

c. Harapan

Harapan merupakan sumber pembangkit semangat untuk merajut impian, merumuskan tujuan, dan manghantar menuju cita-cita. Karena adanya harapan itu, Amway membawa perubahan besar dalam menjawab kebutuhan banyak orang di seluruh dunia.

d. Imbalan

Imbalan mengandung tindakan timbal-balik antara memberi dan menerima. Mendapat imbalan berarti menerima penghargaan atas komitmen dan kontribusi seseorang, serta memperoleh kompensasi atas jerih payah yang dikerjakannya. Imbalan meningkatkan produktivitas atas rampungnya suatu tugas dan sekaligus sebagai pemicu tugas baru, oleh karena itu Amway menjadikan imbalan sebagai prinsip dalam bisnis untuk dapat terus memacu kinerja member-membarnya.

Selain 4 (empat) buah prinsip tersebut, Amway juga mempunyai sebuah nilai-nilai standar dan essensial dalam menjalankan bisnisnya, yakni: Kemitraan, Integritas, Harga Diri, Prestasi, Tanggung Jawab Pribadi, dan Bisnis Bebas.

Amway Indonesia berdiri tanggal 17 Juli 1992 melalui PT Amindoway Jaya dan PT Amway Indonesia. PT Amindoway Jaya adalah perusahaan pemegang lisensi penjualan langsung dan distribusi produk Amway di Indonesia. PT Amway Indonesia adalah perusahaan yang memberikan jasa konsultasi dalam bidang pemasaran, pengembangan usaha, serta dukungan distributor aktif di Indonesia.

Amway Indonesia memasarkan sekitar 250 produk Amway yang terdiri dari produk-produk: Kesehatan & Kebugaran, Kosmetik & Perawatan Kulit, Perawatan Diri, Perawatan Rumah Tangga, Peralatan Rumah Tangga dan Pertanian. Amway Indonesia juga menggalang kerjasama dengan produsen lokal untuk memasarkan produk-produk mereka yang meliputi produk: fashion, kesehatan, kecantikan, permainan edukasi anak, alat tulis, oli mesin, dan makanan & minuman, serta jasa asuransi. Untuk mendukung pelayanan terhadap

distributor, Amway Indonesia memiliki 28 ADC (*Amway Distribution Center*) dan 2 AFS (*Amway Flagship Store*).³ Amway telah mendapatkan Sertifikat Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan IFANCA (*The Islamic Food And Nutrition Council of America*) untuk produk makanan dan kesehatan. Amway menduduki ranking 43 untuk kategori Perusahaan Swasta Terbesar di Amerika tahun 2007 versi majalah Forbes.⁴

Komitmen Amway adalah untuk terus berinovasi dan melakukan penelitian yang telah menghasilkan lebih dari 1.150 paten produk dan masih ada lebih dari 500 paten lagi dalam proses. Selama lebih dari 50 tahun, Amway telah diakui unggul dalam produksi, ramah lingkungan dan komitmen terhadap keselamatan dan kesehatan.

Amway menyediakan pelatihan kelas dunia, pemasaran, produk-produk dan layanan pelanggan. Ketika seseorang bergabung menjadi seorang ABO Amway, maka dia telah terhubung dengan 3 juta orang ABO (*Amway Business Owner*) yang tersebar di 100 negara dan wilayah. Selama lebih dari 50 tahun, Amway telah memproduksi produk berkualitas tinggi di kategori nutrisi, kecantikan serta peralatan dan perawatan rumah tangga yang dijual secara eksklusif melalui ABO (*Amway Business Owner*).

Bisnis Amway terbuka bagi semua orang tanpa melihat latar pendidikan, status ekonomi atau pengalaman profesional. Amway menyediakan pelatihan, alat bantu dan dukungan untuk membantu keberhasilan para ABO (*Amway Business Owner*) menjalankan bisnis Amway mereka.

³ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway pada tanggal 7 Juli 2017.

⁴ <http://www.amway.com/about-amway/our-company/heritage/history-timeline>, Diakses pada tanggal 11 Oktober 2018, pukul 22:22 WIB.

Amway memberikan penghargaan untuk menjual produk dan mensponsori orang lain untuk menjadi member, yang nantinya akan melakukan hal yang sama dengan apa yang dilakukan oleh distributor lainnya. Melalui bisnis ini member mendapatkan penghasilan dari :

1. Keuntungan eceran dari penjualan produk ke pelanggan.
2. Bonus performance bulanan yang berkisar antara 3%-25% dari volume bisnis, tergantung dari produktivitas bulanan member.
3. Bonus kepemimpinan bulanan dan tahunan serta penghargaan tunai lainnya dan bisnis insentif berdasarkan performance grup.

Sebagai perusahaan internasional yang beroperasi di berbagai pasar, model bisnis Amway di sesuaikan dengan standar budaya dan ekonomi di wilayah operasinya. Kemudian margin produk kesehatan, kecantikan dan rumah tangga rata-rata 29% dari harga eceran yang disarankan. Distributor mempunyai kebebasan untuk menentukan harga kepada pelanggannya, oleh karena itu distributor bisa memutuskan margin harga ecerannya.

Menjadi member Amway pertama-tama harus disponsori oleh seorang distributor Amway yang berwenang dan masih aktif, artinya masa keanggotaannya belum berakhir. Distributor yang mensponsori itu bertanggung jawab untuk mengajarkan kepada distributor baru tentang bisnis Amway. Dalam menjalankan bisnis Amway ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan, yaitu:

1. Belajar

Cara untuk memahami produk yang member jual ialah dengan menggunakannya sendiri. Mengetahui manfaat produk terhadap diri

sendiri akan memudahkan member dalam memberikan solusi bagi kebutuhan pelanggannya. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana cara menghitung kompensasi dan aturan bisnis Amway, member dapat mengikuti program-program pelatihan yang di sediakan oleh perusahaan Amway.

2. Melakukan Penjualan

Seiring dengan meningkatnya pengetahuan member terhadap produk Amway, dengan sendirinya member akan menemukan orang disekitarnya yang membutuhkan produknya.

3. Melakukan Pensponsoran

Melakukan pensponsoran di beberapa orang sekitarnya, dengan melakukan pensponsoran member akan memperoleh penghargaan atas volume bisnis yang mereka hasilkan.

Pada dasarnya *Networking* memiliki prinsip yaitu sebuah program untuk meningkatkan kemampuan *Independent Business Owner (IBOs)* dalam mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan berbagai *training programs*. Program tersebut meliputi kaset-kaset, buku-buku, VCD, dan majalah, yang membahas tentang cara-cara dan kiat meningkatkan kemampuan diri dan jaringan pemasaran melalui sistem *Network Marketing* pada Amway. Selain itu, program ini juga didukung dengan berbagai seminar motivasi dari berbagai pembicaraan yang sukses dalam jaringan *Network Marketing* Amway dan motivator ahli. Dengan kata lain, *Networking* merupakan sekolah bisnis khusus untuk para distributor Amway, sehingga para distributor yang baru bergabung tidak akan

menemukan kesulitan dalam menjalankan bisnis Amway serta dapat mengetahui cara yang tepat untuk berhasil.⁵

Amway Indonesia adalah perusahaan yang memberikan jasa konsultasi dalam bidang pemasaran, pengembangan usaha, serta dukungan distributor aktif di Indonesia. Rancangan penjualan dan pemasaran Amway merupakan sistem pemasaran yang dirancang untuk memudahkan dan membantu para distributornya untuk membangun keberhasilan usaha.

B. Sistem *Network Marketing* yang Digunakan dalam Pemasaran Produk Amway

Network marketing merupakan suatu cara dalam pemasaran yang dipraktikkan oleh perusahaan Amway dengan sistem keanggotaan untuk memasarkan produk-produknya. Amway memasarkan produk-produknya tidak ke toko atau supermarket, namun Amway melakukan pemasaran produknya melalui member-membarnya. Selanjutnya para member yang lebih dulu bergabung dalam Amway merekrut member-member baru lagi untuk dijadikan sebagai tenaga pemasaran produk.

Dalam hal ini, Amway merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran berjenjang, dan merupakan *network marketing* pertama dan terbesar di dunia hingga saat ini, omsetnya bahkan mencapai ratusan milyar per tahun, pada tahun 2017 saja jumlah barang Amway itu ada lebih kurang 700 item, mulai dari produk lokal maupun global. Produk-produk

⁵ *Ibid.*

berkualitas yang berada dibawah nama Amway ini meliputi kategori nutrisi, kecantikan, pertanian, kebutuhan rumah tangga dan sebagainya.⁶

Seseorang yang ingin mendaftar menjadi member Amway dapat mendaftarkan diri pada orang-orang yang sudah menjadi ABO (*Amway Business Owner*).⁷ Untuk biaya pendaftaran adalah senilai Rp. 100.000, kemudian di Amway ini juga tidak ada komisi bagi *upline* yang merekrut *downline* baru, meskipun ada biaya registrasi tetapi itu bukan untuk *upline* atau perusahaan, tapi sebagai *voucher* belanja yang dapat digunakan oleh *downline* untuk membeli produk-produk Amway. Ketika akan merekrut seorang member, *upline* terlebih dahulu memberikan informasi serta gambaran umum mengenai produk-produk Amway apa saja yang akan diperjualbelikan serta informasi tentang tata cara penghitungan bonus atas penjualan produk Amway yang akan diterima oleh seorang member Amway.⁸

Dalam hal merekrut member baru yang dilakukan oleh *upline* ini tidak ada unsur *money game*, dikarenakan jika dalam hal *money game* bonus didapatkan dari perekrutan seorang member, bukan dari omset penjualan suatu produk. Sistem *money game* cenderung menggunakan skema piramida (*pyramid scheme*) dan orang yang terakhir bergabung akan kesulitan mengembangkan bisnisnya.

⁶ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway Banda Aceh pada Tanggal 7 Juli 2017.

⁷ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway Banda Aceh pada Tanggal 29 Juli 2017.

⁸ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa (Distributor Amway Banda Aceh), Annie Rafiq (Konsumen Amway) pada tanggal 29 Juli 2017.

Dalam bisnis MLM, meskipun dimungkinkan telah memiliki banyak bawahan, tetapi jika tidak ada omset, tentu saja bonus tidak akan diperoleh.⁹

Perhitungan Bonus

- Setiap produk memiliki nilai PV (*Point Value*)
- Saat ini 1 PV = Rp 9,-
- Peringkat Bonus
 1. > 350.000 PV = 3%
 2. > 1.000.000 PV = 6%
 3. > 2.000.000 PV = 9%
 4. > 4.000.000 PV = 12%
 5. > 6.500.000 PV = 15%
 6. > 11.000.000 PV = 18%
 7. > 16.000.000 PV = 21% (≠ Rp 150.000.000)

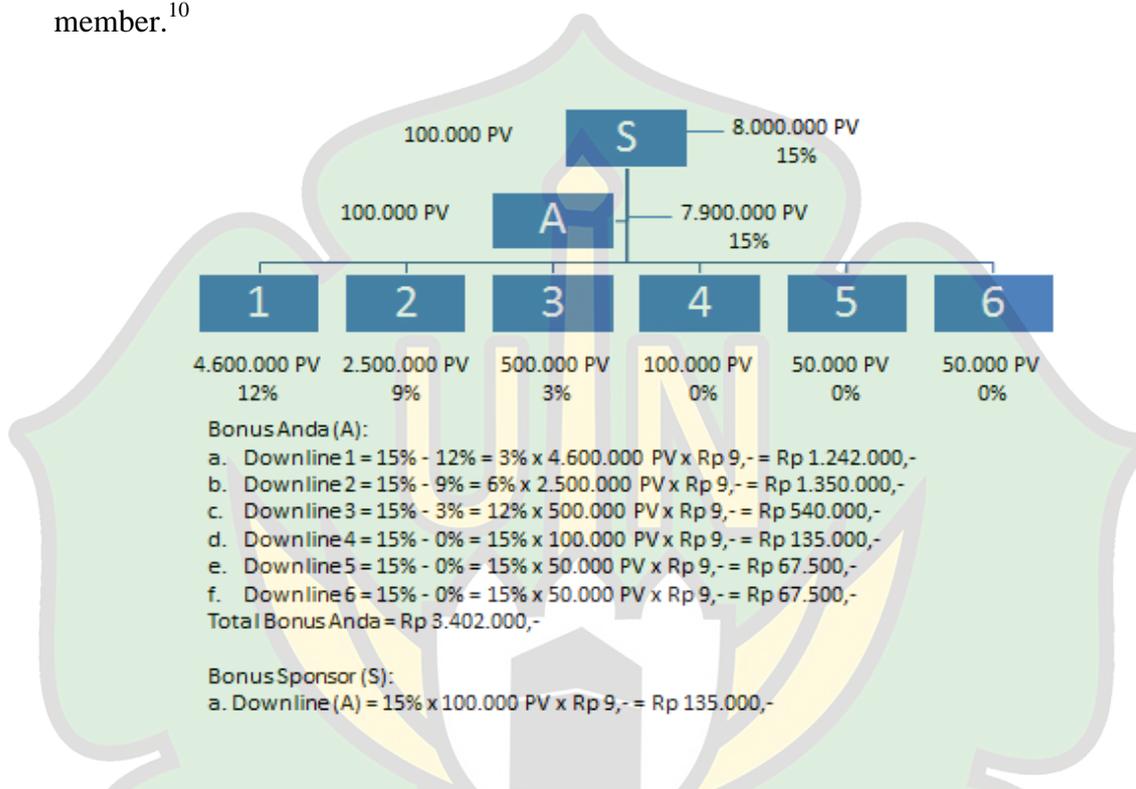
Gambar. 1. Perhitungan Bonus Amway

Tujuan dari seorang *upline* merekrut member baru adalah untuk mengembangkan jaringannya agar lebih luas, bukan untuk mendapatkan komisi dari seorang member yang berhasil direkrut. Kemudian untuk seorang *upline* yang berhasil memperluas jaringannya maka bonus penjualan yang diterima *upline* tersebut juga semakin meningkat, hal ini disebabkan karena semakin banyak *downline* yang belanja produk-produk Amway pada *upline* tersebut.

Komisi perekrutan member bukan termasuk pendapatan dalam bisnis Amway. Pendapatan utama para member Amway adalah berasal dari penjualan produk dan presentase bonus belanja produk-produk Amway, tanpa ada penjualan produk maka para member tidak akan memperoleh penghasilan. Dalam hal ini

⁹ Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 2. No.1. Juni 2014. hal. 69 dalam <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/716/pdf>. Diakses pada 18 Februari 2017 pukul 10.00 Wib

produk-produk itu dijual kepada *downline* maupun kepada konsumen yang memakai produk Amway. Bonus tersebut berasal dari PV (*Point Value*) setiap produk Amway yang dikalikan dengan presentase peringkat atau pangkat seorang member.¹⁰



Gambar. 2. Pembagian Bonus dalam Amway

Dapat dilihat pada tabel tersebut bahwa semakin sering seorang member melakukan penjualan langsung kepada konsumen maka penghasilannya juga semakin banyak. Itu berarti sukses di Amway memang tergantung pada seberapa serius usaha seorang member untuk memasarkan produk-produk Amway. Jadi di sini tidak ada penghasilan yang sifatnya merugikan member atau pihak lain karena semuanya tergantung kerja keras seorang member sendiri.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Cut Rita Yulizar, Distributor Amway Banda Aceh pada Tanggal 27 November 2018.

Menurut peneliti, praktik tersebut telah menghindarkan Perusahaan Amway dari beberapa praktik bisnis yang dilarang oleh Islam. Diantaranya terhindar dari unsur *gharar*. Sebab ketika calon member baru yang akan mendaftar sebagai member resmi Amway sudah mengetahui biaya administrasi tersebut benar-benar digunakan untuk memperoleh fasilitas yang nantinya akan dinikmati oleh calon member baru itu sendiri.

Selain itu ketika sudah menjadi member resmi Amway, seorang member baru sudah mengetahui produk apa yang nantinya akan dijual. Karena hal-hal yang berkaitan dengan produk Amway sudah tertera dalam katalog Amway yang biasanya katalog tersebut diberikan ketika seorang member baru mendaftarkan diri menjadi member resmi Amway, ketika ini juga para member baru mengetahui sistem jual beli pada produk Amway.¹¹

Berikutnya terhindar dari praktik penipuan. Produk-produk Amway sudah jelas bentuk dan macamnya sehingga produk bukanlah kedok semata untuk mendapat bonus. Di Amway jika seorang member tidak melakukan penjualan produk maka dia juga tidak akan mendapatkan bonus. Jadi di Amway untuk mendapatkan bonus maka seorang member harus benar-benar bekerja memasarkan produk-produk Amway. Tidak cukup dengan sekedar merekrut member baru saja.¹²

¹¹ Hasil wawancara dengan Safira Mistaqillah, Konsumen Amway pada tanggal 18 November 2018.

¹² Hasil wawancara dengan Zachlul Fuad, Distributor Amway pada tanggal 27 November 2018.

Semakin sering seorang member belanja maka semakin banyak pula poin yang didapatkannya. Tentunya jika banyak poin yang terkumpul maka bonus yang didapat juga semakin banyak dan lebih cepat untuk naik pangkat.¹³

Selain poin belanja aktivitas penjualan produk baik ke *downline* atau ke konsumen pemakai juga menjadi ladang penghasilan di Amway. Jika seorang member melakukan penjualan langsung ke konsumen pemakai maka dia juga akan mendapat keuntungan langsung. Keuntungan langsung merupakan penghasilan utama yang ditawarkan di kememberan Amway, yaitu selisih antara harga member dengan harga konsumen. Sebagai contoh seorang member menjual pasta gigi Glister kepada konsumen secara langsung. Harga member produk tersebut adalah Rp. 80.000 sedangkan harga konsumennya adalah Rp. 104.000. Maka member tersebut berhak mendapatkan selisih harga penjualan yaitu sebesar Rp. 24.000.¹⁴

Memang benar jika dikatakan bahwa harga konsumen berbeda daripada harga member, tetapi perbedaan ini bukan karena perbedaan kualitas dari produk-produk Amway, melainkan hanya perbedaan kedudukan posisi konsumen dengan member Amway.¹⁵

Menurut peneliti hal ini wajar saja jika diberlakukan di Amway. Sebab di Amway menggunakan jasa para membejanya untuk secara tidak langsung mengiklankan produk-produk Amway ke masyarakat. Sehingga Perusahaan Amway tidak perlu mengeluarkan biaya iklan untuk produknya. Sebagai

¹³ Hasil wawancara dengan Yulela, Konsumen Amway pada tanggal 27 November 2018.

¹⁴ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway pada tanggal 07 Juli 2017.

¹⁵ Hasil wawancara dengan Cut Rita Yulizar (Distributor Amway), Hayatun Nuri (Konsumen Amway) pada Tanggal 27 November 2018.

gantinya, Perusahaan Amway memberikan bonus keuntungan langsung kepada membernya yang berhasil menjual produk Amway secara langsung kepada konsumen yaitu berupa selisih harga konsumen dengan harga member.

Semakin sering seorang member melakukan penjualan langsung kepada konsumen maka penghasilannya juga semakin banyak. Itu berarti sukses di Amway memang tergantung pada seberapa serius usaha seorang member untuk memasarkan produk-produk Amway. Jadi di sini tidak ada penghasilan yang sifatnya merugikan member atau pihak lain karena semuanya tergantung kerja keras seorang member sendiri.¹⁶

Di Amway seorang member memang benar-benar di motivasi untuk selalu bekerja nyata yaitu memasarkan produk-produk Amway ke masyarakat. Kerja keras seorang member sendirilah yang akan menentukan sukses atau tidaknya dia dalam berbisnis di Amway.¹⁷

Dalam pemasaran produk Amway, ada dua jenis pemasaran yaitu pemasaran produk secara *offline* dan secara *online*. Pemasaran produk secara *offline* dilakukan pada seluruh toko Amway yang tersedia sebanyak 33 toko yang tersebar di seluruh Indonesia, pada saat ini untuk wilayah Aceh belum tersedia.

Sedangkan untuk pemasaran produk secara *online* dapat dilakukan dengan cara mengunjungi situs web resmi Amway Indonesia di www.amway.id dan langsung dapat memesan produk yang diinginkan yang ada dalam katalog *online* tersebut. Hal ini dapat dilakukan oleh seseorang yang bukan member Amway.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Zachlul Fuad, Distributor Amway pada tanggal 27 November 2018.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway pada tanggal 07 Juli 2018.

Salah satu cara pemesanan yang dilakukan oleh seorang member Amway adalah dengan cara memesan produk melalui sebuah katalog *online* yang dikhususkan untuk proses jual beli produk Amway. Member tersebut kemudian login dengan menggunakan *User Id*, kemudian membeli produk dengan harga yang telah ditentukan oleh Perusahaan Amway, dalam proses ini tidak terjadi tawar menawar. Ketika member telah menyetujui untuk membeli sebuah produk, maka itu berarti dia telah sepakat terhadap harga yang ditawarkan oleh perusahaan Amway.

Perusahaan Amway dan *network21* merupakan satu kesatuan yang saling mendukung, dimana Amway berperan sebagai pihak yang menyediakan produk dan *network21* berperan sebagai penggerak untuk distribusi produk dari Amway tersebut.¹⁸

Network 21 pada prinsipnya adalah sebuah program untuk meningkatkan kemampuan *Independent Business Owners (IBOs)* dalam mengembangkan bisnisnya dengan menyediakan berbagai *training programs*. Program tersebut meliputi kaset-kaset, buku-buku, VCD, dan majalah, yang membahas tentang cara-cara dan kiat meningkatkan kemampuan diri dan melalui sistem *network marketing* Amway. Selain itu, program ini juga didukung dengan berbagai seminar motivasi dari berbagai pembicara yang sukses dalam jaringan Amway dan motivator ahli. Dengan kata lain, *Network21* merupakan sekolah bisnis khusus untuk para distributor Amway, sehingga para distributor yang baru bergabung tidak akan menemukan kesulitan dalam menjalankan bisnis Amway

¹⁸ Hasil wawancara dengan Maria Ulfa, Distributor Amway pada tanggal 07 Juli 2018.

serta dapat mengetahui cara yang tepat untuk berhasil. Teknik dan metode pengajaran bisnis *Network21* juga kerap disebut dengan istilah “*TEAM21 Strategy*”.¹⁹ Salah satu materi pendukung dari N21 yaitu pertemuan, diantaranya yaitu:

1. Infonite

Merupakan pertemuan yang diadakan seminggu sekali. Dalam seminar ini dijelaskan bagaimana cara menjalankan bisnis Amway dan keuntungan yang dapat didapat dari hasil menjalankan bisnis Amway. Sebagai pembicara atau pengajar biasanya member-member yang sudah mencapai kesuksesan dalam bisnis Amway. Tujuan dari diadakannya seminar ini yaitu untuk memberikan pelajaran kepada member-member lainnya untuk melakukan hal yang sama yang dilakukan member-member sebelumnya yang telah sukses.

2. Network Building Training (NBT)

NBT diadakan satu kali dalam sebulan. Dalam NBT, member akan mendapatkan pelajaran yang lebih terperinci mengenai cara menjalankan bisnis Amway serta motivasi agar tetap eksisi dalam bisnis Amway.

3. Bussines Building Seminar

BBS diadakan satu kali dalam sebulan. BBS merupakan seminar yang lebih besar dibandingkan dengan Infonite dan NBT. Tujuan utama BBS adalah untuk membangun semangat dan visi para member. Pembicara dalam seminar ini adalah member yang telah sukses, seperti *Diamond*,

¹⁹ Hasil wawancara dengan Zachlul Fuad, Distributor Amway pada tanggal 27 November 2018.

pembicara biasanya menceritakan kisah suksesnya dalam menjalankan bisnis Amway dan kemudian membagi ilmunya kepada member lainnya.

4. Leadership Seminar (LS)

LS merupakan seminar paling besar dan paling penting yang diadakan oleh *Network21*. LS diadakan setiap 4 bulan sekali atau 3 kali dalam setahun. Dalam seminar ini yang berperan sebagai pembicara bukan hanya member-member dari Indonesia saja tetapi juga dari luar negeri. LS diadakan selama 3 hari.²⁰

Selain seminar-seminar diatas, para *upline* dan *downline* juga sering mengadakan pertemuan yang biasa disebut konsultasi. Maksud diadakannya konsultasi yaitu untuk menjaga dan memotivasi para member agar tetap semangat menjalankan bisnis tersebut. Dalam konsultasi tersebut para *downline* dapat bertanya kepada para *uplinenya* mengenai kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis Amway, dan *upline* akan membantu mencari solusinya dengan cara memberikan strategi-strategi dalam menjalankan bisnis Amway, hal-hal yang harus dilakukan untuk kesuksesan menjalankan bisnis Amway, serta tujuan yang diharapkan baik itu jangka panjang ataupun jangka pendek. Konsultasi ini bisa dilakukan kapan saja tergantung dari waktu *upline* dan *downline* itu sendiri. Dengan adanya konsultasi ini, maka bisa jadi seorang *downline* akan melakukan hal yang sama dengan *uplinenya*.²¹

Penghargaan yang diberikan kepada mereka yang berprestasi adalah sesuai dengan kerja keras masing-masing member. Fasilitas kelas dunia yang disediakan

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

pada perjalanan wisata dengan kapal pesiar sesuai dengan tingkatan yang telah diraih member Amway, penghargaan tersebut bukan sekedar perjalanan wisata saja melainkan juga merupakan perjalanan bisnis.

C. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penggunaan Sistem *Network* dalam Pemasaran Produk Amway

Jual beli ialah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya atau dengan pengertian lain, memindahkan hak milik dengan hak milik lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.²²

Adapun rukun dan syarat jual beli adalah:²³

1. Penjual dan pembeli

Dengan syarat:

- a. Berakal,
- b. Baligh,
- c. Dengan kehendak sendiri.

2. Objek jual beli

Dengan syarat:

- a. Bendanya suci,
- b. Bisa dimanfaatkan,
- c. Milik penjual,
- d. Bisa diserahterimakan,
- e. Diketahui kriterianya.

²²Abdul Rahman Ghazali, Dkk. *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 66.

²³Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (terj: Asep Sobari), (Jakarta : Al-I'tishom, 2008), hlm 265-267.

3. Ijab dan qabul

Tercapainya keserasian antara ijab dan qabul yang mengharuskan adanya keridhaan atas harga dan barang yang diperjualbelikan.

Suatu jual beli akan menjadi sah apabila rukun dan syaratnya terpenuhi, dan tidak sah apabila rukun dan syarat yang dimaksud tidak dipenuhi. Tercapainya keserasian antara ijab dan qabul yang mengharuskan adanya keridhaan atas harga dan barang yang diperjualbelikan.

Seiring dengan perkembangan zaman modern, perwujudan ijab dan qabul tidak lagi diungkapkan melalui ucapan, tetapi hanya penyerahan dan penerimaan tanpa ada ucapan atau ada ucapan tetapi dari satu pihak saja. Oleh ulama kontemporer menamakan jual beli ini dengan jual beli *mu'athah*. Pada umumnya, setiap jual beli disyaratkan untuk melakukan ijab dan qabul, namun dalam jual beli *mu'athah* tidak disebutkan *shighatnya* karena akad jenis ini dibuat oleh manusia sesuai dengan kebutuhan. Dalam jual beli *mu'athah* keserasian antara ijab dan qabul terjadi ketika penyerahan uang dan penerimaan objek jual beli. Perbuatan itu menjadi tolak ukur keridhaan antara kedua belah pihak hal itu menjadi ungkapan bahwa ia telah secara sukarela membeli barang tersebut, meskipun tanpa adanya lafaz ijab dan qabul. Hal ini terjadi perbedaan pendapat di kalangan para ulama.

Dalam jual beli *mu'athah* tidak ada kesepakatan harga antara para pihak, namun harga tersebut hanya ditetapkan oleh penjual, jika pembeli setuju maka dianggap telah menyepakati untuk melakukan transaksi jual beli dengan sistem *mu'athah*. Teknis pelaksanaannya tidak lagi menggunakan ijab dan qabul tetapi

hanya ada perbuatan dari pihak-pihak yang telah saling memahami perbuatan transaksi tersebut dengan segala akibat hukumnya.²⁴

Imam Syafi'i berpendapat jual beli dengan sistem *mu'athah* ini adalah tidak sah, karena menurut Imam Syafi'i semua akad termasuk jual beli harus menggunakan lafal *sharih* atau *kinayah*, dengan ijab dan qabul.²⁵ Beliau juga berpendapat bahwa akad tidak sah dilakukan dengan perbuatan atau *mu'athah* karena ia tidak kuat untuk menunjukkan terjadinya proses akad karena ridha adalah hal yang abstrak, tidak ada yang mengindikasikan kecuali lafaz.²⁶ Tetapi sebagian ulama syafi'iyah membolehkannya. Iman Nawawi, Baghawi, dan Muawalli dalam hal ini mereka berpendapat karena tidak ada nash yang mensyaratkan mesti dilakukannya dengan lafaz tertentu, maka hal tersebut dikembalikan kepada kebiasaan manusia sebagaimana halnya lafaz-lafaz yang bersifat mutlak lainnya.²⁷

Menurut Maliki dalam qaul yang paling rajih, hukum jual beli *mu'athah* adalah sah apabila sudah menjadi adat kebiasaan yang menunjukkan kepada kerelaan dan perbuatan tersebut menggambarkan kesempurnaan kehendak dan keinginan masing-masing pihak.²⁸ Dalam literatur lain dikatakan bahwa akad sah dilakukan dengan perbuatan apabila jelas menunjukkan adanya ridha, baik pada hal-hal yang dikenal luas oleh masyarakat maupun tidak.²⁹ Pendapat ini lebih luas

²⁴ Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), cet ke-2, hlm.117.

²⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah,2013), hlm 178.

²⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2007), hlm. 436.

²⁷ Rachmat Syafe'i *Fikih Muamalah untun UIN, STAIN, PTAIN, dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 96.

²⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat....* hlm. 183.

²⁹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu,....* hlm. 435.

dari sebelumnya dan lebih memudahkan manusia. Maka, setiap yang mengindikasikan kepada jual beli, sewa-menyewa, syirkah, perwakilan, dan seluruh akad lainnya selain pernikahan adalah sah dengan cara *at-ta'athi* (perbuatan), karena yang dijadikan ukuran dalam hal ini adalah adanya sesuatu yang menunjukkan kepada keinginan dua orang yang berakad untuk menciptakan akad, mengokohkannya dan menyetujuinya, manusia juga sudah menggunakan cara tersebut sejak masa kenabian dan masa setelahnya, dan tidak ada riwayat yang dinukil dari Rasulullah SAW., dan para sahabatnya bahwa mereka hanya menggunakan cara ijab dan qabul saja, atau mereka tidak menyetujui cara *at-ta'athi*. Jadi, indikasi saja sudah cukup untuk menunjukkan adanya ridha.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jual beli *mu'athah* adalah sah, karena manusia terbiasa melakukan ini di mana si pembeli mendapatkan harga barang yang telah ditetapkan oleh penjual dan menerimanya dengan kerelaan, hal itu mengungkapkan bahwa ia telah menerima secara suka dan ridha terhadap hal tersebut. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat an-Nisa' ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa' :29)

Jual beli *mu'athah* juga dikatakan sah dikarenakan hukum Islam pada dasarnya membolehkan segala praktik bisnis yang dapat memberikan manfaat, tiga prinsip dasarnya:³⁰

- a. Hadits Rasulullah SAW. yang berbunyi:³¹

المُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلًا لَّا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذی)
 “Kaum muslimin bertransaksi sesuai dengan syarat-syaratnya selama tidak mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (H.R. Turmudzi)

- b. Kaidah hukum Islam yang berbunyi:³²

الاصل في الأشياء الإباحة حتي يدل دليل على تحريمها

“Kaidah hukum islam yang berbunyi “dasar pada setiap sesuatu pekerjaan adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya”.

- c. Kaidah hukum Islam yang menyatakan bahwa:³³

العادة شريعة محكمة

“Adat itu menjadi hukum syara’ yang dikokohkan”

Pemasaran produk Amway dilakukan dengan penyerahan produk dari distributor dan penerimaan oleh pembeli. Harga produk sudah ditentukan dan pembeli membeli produk tersebut sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak penjual. Ketika pembeli menerima barang dan membayar harganya dengan

³⁰ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 118.

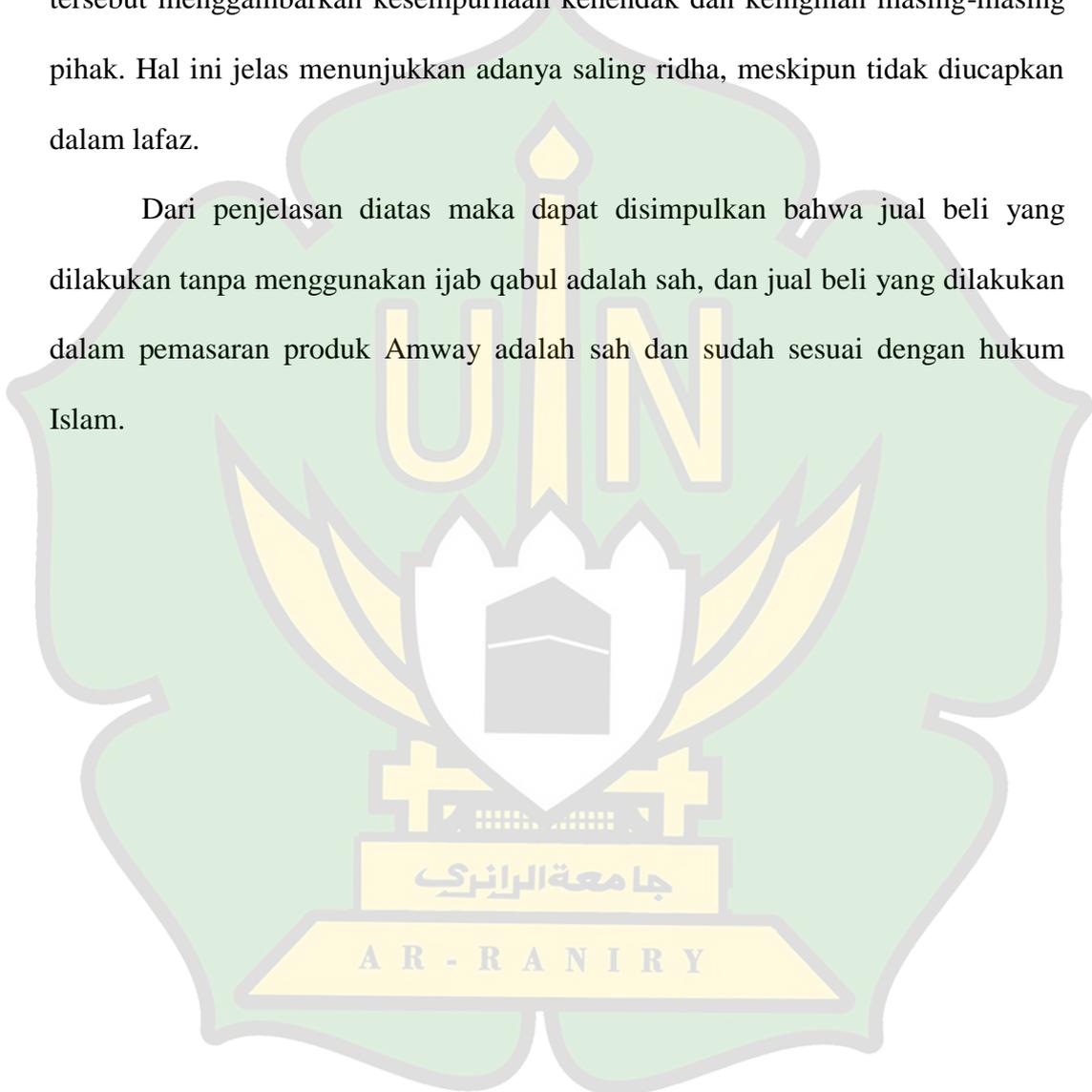
³¹ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tirmidzi*, Juz II, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006) hlm. 110.

³² Abdul Mudjib, *Ilmu Fiqih*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2001), hlm. 25.

³³ Masjfuk Zuhdi, *Pengantar Hukum Syari'ah*, (Jakarta: Haji Masagung, 1987), hlm.124.

keridhaannya, hal itu menjadi ungkapan bahwa ia telah secara sukarela membeli barang tersebut, meskipun tanpa adanya lafaz ijab dan qabul. Perbuatan penyerahan dan penerimaan itu menunjukkan kepada kerelaan dan perbuatan tersebut menggambarkan kesempurnaan kehendak dan keinginan masing-masing pihak. Hal ini jelas menunjukkan adanya saling ridha, meskipun tidak diucapkan dalam lafaz.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa jual beli yang dilakukan tanpa menggunakan ijab qabul adalah sah, dan jual beli yang dilakukan dalam pemasaran produk Amway adalah sah dan sudah sesuai dengan hukum Islam.



BAB EMPAT

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Setelah penulis mengkaji dan memaparkan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya, maka pada sub bab ini penulis merangkum beberapa kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang telah diformat. Adapun kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sistem *Network Marketing* dalam pemasaran produk Amway yang dipraktikkan oleh perusahaan Amway adalah dengan sistem keanggotaan untuk memasarkan produk-produknya. Amway memasarkan produk-produknya tidak ke toko atau supermarket, namun Amway melakukan pemasaran produknya melalui member-membarnya. Selanjutnya para member yang lebih dulu bergabung dalam Amway merekrut member-member baru lagi untuk dijadikan sebagai tenaga pemasaran produk. Sistem pemasaran produk-produk Amway dilakukan dengan online maupun offline. Setiap member tidak terikat untuk melakukan pembelian atau penjualan produk.
2. Menurut Hukum Islam, suatu transaksi akan sah secara hukum bila rukun dan syarat-syaratnya telah terpenuhi. Dalam ketentuan tentang ijab qabul dalam jual beli *mu'athah*, perbuatan penyerahan dan penerimaan menjadi ungkapan pengganti ijab qabul. Pemasaran produk Amway dilakukan dengan penyerahan produk dari distributor

dan penerimaan oleh pembeli. Harga produk sudah ditentukan dan pembeli membeli produk tersebut sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh pihak penjual. Ketika pembeli menerima barang dan membayar harganya dengan keridhaannya, hal itu menjadi ungkapan bahwa ia telah secara sukarela membeli barang tersebut, meskipun tanpa adanya lafaz ijab dan qabul. Perbuatan penyerahan dan penerimaan itu menunjukkan kepada kerelaan dan perbuatan tersebut menggambarkan kesempurnaan kehendak dan keinginan masing-masing pihak. Hal ini jelas menunjukkan adanya saling ridha, meskipun tidak diucapkan dalam lafaz. Jadi, jual beli yang dilakukan dalam pemasaran produk Amway adalah sah dan sudah sesuai dengan hukum Islam.

4.2 Saran

Masyarakat pelaku usaha harus selektif dalam memilih usaha berbasis bisnis berjenjang atau *Multi Level Marketing*, dalam artian harus memperhatikan bagaimana sistem bisnisnya maupun produknya yang dijual sudahkah memenuhi kriteria dalam ekonomi Islam atautkah belum memenuhi.

Mengenai harga produk, harusnya Amway menyesuaikan dengan harga produk sejenis yang beredar dipasaran dan selisih antara harga member dengan harga konsumen harusnya tidak terlalu besar. Dengan demikian produk-produk Amway khususnya produk keseharian bisa dijangkau oleh masyarakat konsumen kalangan bawah.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan *sistem network marketing* agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi, peneliti juga diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dalam segala sesuatunya sehingga dapat dilaksanakan dengan lebih baik, dan di tunjang pula dengan wawancara serta sumber yang kompeten dalam kajian *sistem network marketing*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah, 2014.
- Ahmad bin Syu'aib bin Ali an-Nasa'i, *Sunan An-Nasa'i*, Kitab *Al-Buyu'*, Bab *Bai'ataani fi Bai'ati*, Beirut: Dar al-Kitab al-Ilmiyah, 2002.
- Ahmad bin Muhammad al-Zarqa', *Syarh al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*, Cet. VIII, Beirut: al-Qalam, 1989.
- Abdul Hakim Hamid, *Al-Bayan*, Maktabah Nusantara: Bukittinggi, 1960.
- Abdul Mudjib, *Ilmu Fiqh*, Jakarta: Kalam Mulia, 2001.
- Abdul Rahman Ghazali, Dkk. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Abdurrahman al-Jaziri, *Kitab al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, Juz III, Beirut: Dar al-Fikr, t.t.
- Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, cet. Ke-2, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "MultiLevel Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.1, Februari 2016.
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, Cet.2013.
- Andi Setiawan, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *JurnalSTAIN Jurai Siswo Metro*, dalam <http://www.journal.stainmetro.ac.id/index.php/kronika/article/viewFile/1005948> diakses pada tanggal 16 Juli 2018.
- Anita Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Syari'ah* Volume 2, Nomor 1, Juni 2014, dalam <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/716/pdf> diakses pada tanggal 16 Juli 2018.
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jilid V, Yogyakarta: Dhana Bakti Wakaf, 1991.
- Firman Wahyudi, "Mutli Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah", *Jurnal Al-Banjari*, Vol.13, No.2, Juli-Desember 2014, dalam <http://jurnal.iain-antasari.ac.id/index.php/al-banjari/article/viewFile/396309>. Diakses pada tanggal 16 Juli 2018.
- Frida Hanaritantoro, "Analisis Strategi Sistem 5 Pilar Network Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam di Indonesia" Universitas Sebelas Maret: Surakarta, 2017.

- Gemala Dewi, etal, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana,2005.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* Jakarta: Rajawali Pers. Cet.2014.
- Idris Ahmad, *Fiqh Menurut Mazhab Syafi 'I*, Jakarta: Widjaya, 1969.
- Imam Taqi al-Din Abu Bakr ibn Muhammad Al-Hussaini, *Kifâyah Al Akhyâr*, Juz I, Beirut: Dâr al-Kutub al-Ilmiah, t.t.
- Izmi Kurnia Putri, “*Pertimbangan Konsumen Menjadi Member Pada Produk MLM Non Labelisasi Halal Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada K-Link di Banda Aceh)*”, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2017.
- Jalaluddin As-Suyuthi, *Al-Asybah wa an Nazair fi al-Furu'*, Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiyyah, 1403 H.
- Mardani, *Hukum Perikatan Syari'ah di Indonesia*, Cetakan Pertama,Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Mardani, *FiqhEkonomiSyari'ah*,Jakarta:Kencana,2012.
- Marzuki Abu Bakar, *Metode Penelitian*, Banda Aceh, 2013.
- Masjufuk Zuhdi, *Pengantar Hukum Syari'ah*, Jakarta: Haji Masagung, 1987.
- Muhamad Arifin bin Badri, *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam Berbisnis & Berdagang Sesuai Sunnah Nabi SAW*, Jakarta: Darul Haq, 2015.
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Tirmidzi*, Juz II, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, cet ke-2, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Norman A.Hartetal, *KamusMarketing*,Cet.ke-III,Jakarta: PT BumiAksara,2007.
- Nur Intan,“*Penerapan Syariat Islam Pada Sistem Multi Level Marketing Syariah Herba Penawar Alwahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru*”, UIN Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru, 2011.
- Nurani Faruq Akhmad,“*Model Komunikasi Tianshi Marketing Network: Studi pada Support System Unicore Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya*” IAIN Sunan Ampel Surabaya: Surabaya, 2010.
- Philip Kotler dan Armstrong, *Marketing Management*, Alih Bahasa:Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2007.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.

- Rachmat Syafe'i, *Fikih Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIN, dan Umum*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barlian, *Manajemen Keuangan Satu*, Edisi 3, Jakarta: PT. Prehallindo, 2001.
- Saleh al-Fauzan, *Al-Mulakhkhasul Fiqhi*, Jakarta: Gema Insani, 2006.
- Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (terj: Aseb Sobari), Jakarta: Al-I'tishom, Cet. 2008.
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, cet. I, Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Jakarta: Attahiriyyah, 1976.
- Syaikh al-'Allamah Muhammad bin 'Abdurrahman ad-Dimasyqi, *Fiqh Empat Madzhab* Bandung: Hasyimi, 2016.
- Syekh Abdurrahmas as-Sadi, Dkk. *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008.
- Syekh Muhammad ibn Qâsim al-Ghazzi, *Fath al-Qarîb al-Mujîb*, Dâr al-Ihya al-Kitab, al-Arabiah, Indonesia, t.t.
- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adilatuhu*, Jilid IV, Damaskus: Darul Fikr, 2007.
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, Darul Fikr: Almahira, 2008.
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i : Mengupas Masalah Fiqhiyah Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadit*, Jakarta: Almahira, 2010.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Arifin, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- www.amway2u.com/id, *Amway Indonesia Official Site*, Copyright 2009. Diakses melalui situs http://www.amway2u.com/c1/amw_corp.jsp?cat1=1016&rfnbr=1195&mid=5 diakses pada tanggal 08 Maret 2018.
- www.euromonitor.com, *Amway claims, Euromonitor International*, Copyright 2009. Diakses melalui situs: <http://www.euromonitor.com/amway-claims>, diakses pada tanggal 30 Mei 2017.
- <http://www.amway.com/about-amway/our-company/heritage/history-timeline>, Diakses pada tanggal 11 Oktober 2018, pukul 22:22 WIB.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

Jl. SyekhAbdurRaufKopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 4086/Un.08/FSH/PP.00.9/12/2017**

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Operasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- Pertama** : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. M. Yusran Hadi, Lc. MA
b. Syarifah Rahmatillah, S.HI., MH
Sebagai Pembimbing I
Sebagai Pembimbing II
- untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :
- Nama** : Intan Makhfirah
NIM : 140102014
Prodi : HES
Judul : Implementasi Sistem Network Marketing Amway Pada Pemasaran Produk Amway Dalam Perspektif Akad Jual Beli Mu'athah
- Kedua** : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2017;
- Keempat** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 20 Desember 2017

Dekan

Abidin



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Sycikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Acch
 Telp./Fax. 0651-7557442 Email: fsh@ar-raniry.ac.id

Nomor : 4140/Un.08/FSH.I/10/2018

18 Oktober 2018

Lampiran : -

Hal : Permohonan Kesediaan Memberi Data

Kepada Yth.
 Distributor Amway

Assalamu'alaikum Wr.Wb
 Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Intan Makhfirah
 NIM : 140102014
 Prodi / Semester : Hukum Ekonomi Syariah/ IX (Sembilan)
 Alamat : jl Perdamaian No.90 Lampaseh Kota

adalah benar mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdaftar pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2018/2019, dan sedang menyusun Skripsi yang berjudul, "**Implementasi Sistem Network Marketing Amway pada Pemasaran Produk Amway dalam Perspektif Akad Jual Beli Mua'athah**" maka kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan data-data serta penjelasan seperlunya yang berhubungan dengan Judul tersebut diatas.

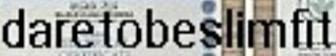
Demikian, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami haturkan terimakasih.



Assalam
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I,

Jabbar

SERTIFIKAT HALAL PRODUK AMWAY



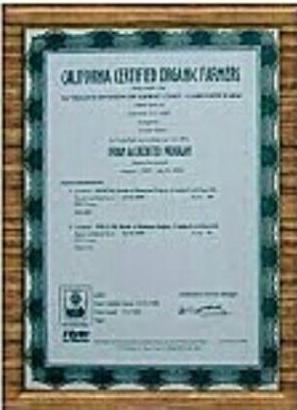



Sertifikat Halal

- MUI (Majelis Ulama Indonesia)
- IFANCA (The Islamic Food and Nutrition Council of America)

Sertifikat Organik

- IFOAM Accredited Program by California Certified Organic Farmers
- WSDA: "European Organic Verification Program"





IFANCA HALAL PRODUCT CERTIFICATE

ACCESS BUSINESS GROUP, LLC
5050 Bushwick Blvd
Brooklyn Park, CA 90622-5500 USA

To Whom It May Concern:

This is to certify that the following products (List A) distributed under the **NUTRILITE** brand name, manufactured by **ACCESS BUSINESS GROUP, LLC** and specially labeled for the Indonesian Market are Halal and suitable for consumption by Muslims. It is confirmed that the Certificates and Specially products are made with certified Halal Bovine gelatins.

SKU	Product Name	Pack Size
1. 1097451N	NUTRILITE Bio C Plus Extended Release	60 tablets
2. 1097411N	NUTRILITE Acerola Cherry Drink Mix	4 sachets
3. 1106061N	NUTRILITE Cal Mag D	180 tablets
4. 1003381N	NUTRILITE Wheat Germ E	60 softgels
5. 1003691N	NUTRILITE Daily	30 tablets
6. 1005021N	NUTRILITE Natural B-Complex	60 softgels
7. A42051N	NUTRILITE Natural B-Complex	100 softgels
8. A42381N	NUTRILITE Wheat Germ E	100 softgels
9. A42711N	NUTRILITE Daily	70 tablets
10. CNY3594	NUTRILITE Bio C Plus Extended Release	20 tablets
11. 1095361N	NUTRILITE Natural Multi Carotene	90 softgels
12. 1111061N	NUTRILITE Cistanches	60 tablets
13. 1083251N	NUTRILITE III Protein Berry Flavour	500 grams
14. 1025781N	NUTRILITE III Protein with Green Tea	450 grams
15. 1104151N	NUTRILITE III Protein Powder	450 grams
16. 1108171N	NUTRILITE III Protein Powder (SACHET)	14 sachets
17. A59861N	NUTRILITE Herbal Triple Shield Echinacea	120 tablets
18. 1028641N	NUTRILITE Double N	180 tablets
19. 1044021N	NUTRILITE Nutri Fibre Blend Chewable Tablet	60 tablets
20. 1004971N	NUTRILITE Herbal Primrose Plus	60 softgels
21. A59831N	NUTRILITE Herbal Siberian Ginseng With Ginkgo Biloba	100 tablets
22. 1013151N	NUTRILITE Lecithin E	120 tablets
23. A59241N	NUTRILITE Iron Folic Plus	120 tablets
24. 1001931N4	NUTRILITE Carb Blocker 2	90 tablets

This certificate is valid until **February 28, 2019** and subject to renewal at that time.

Muhammad Masir Choudry, Ph.D.
President



Page 1 of 2
Document No.: ACC-1372, M. 180642 US
Lot A, INDONESIA
Date: February 22, 2018

IFANCA Head Office - 777 Busse Highway - Park Ridge, Illinois 60068 USA - Tel: (847) 963-0034 - Fax: (847) 963-0038
WWW.IFANCA.COM

STRUKTUR TINGKATAN MEMBER AMWAY



DAFTAR WAWANCARA UNTUK KONSUMEN

1. Bagaimana pengetahuan bapak/ibu mengenai perusahaan Amway?
2. Bagaimana pendapat bapak/ibu terhadap produk Amway?
3. Bagaimana model bisnis yang dijalankan oleh Amway?
4. Bagaimana mekanisme pendaftaran member Amway?
5. Berapakah biaya registrasi pendaftaran untuk menjadi member Amway?
6. Apakah bonus itu diberikan berdasarkan *volume* belanja atau penjualan yang dilakukan oleh seorang member?
7. Apakah *upline* wajib melakukan pembinaan terhadap *downline* dalam menjalankan bisnis Amway?
8. Bagaimana bentuk pembinaan terhadap *downline* dalam bisnis Amway?
9. Bagaimana proses transaksi secara *offline* dilakukan?
10. Bagaimana proses transaksi secara *online* dilakukan?
11. Ada berapa jenis harga untuk produk Amway tersebut?

DAFTAR WAWANCARA UNTUK PRODUSEN

1. Bagaimana pemahaman Bapak/Ibu mengenai perusahaan Amway?
2. Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan Amway?
3. Bagaimana model bisnis yang dijalankan oleh Amway?
4. Bagaimana mekanisme pendaftaran member Amway?
5. Berapakah biaya registrasi pendaftaran untuk menjadi member Amway?
6. Bagaimana mekanisme komisi bagi *upline*?
7. Apakah bonus itu diberikan berdasarkan *volume* belanja atau penjualan yang dilakukan oleh seorang member?
8. Apakah *upline* wajib melakukan pembinaan terhadap *downline* dalam menjalankan bisnis Amway?
9. Bagaimana bentuk pembinaan terhadap *downline* dalam bisnis Amway?
10. Bagaimana proses transaksi secara *offline* dilakukan?
11. Bagaimana proses transaksi secara *online* dilakukan?
12. Ada berapa jenis harga untuk produk Amway tersebut?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Intan Makhfirah
2. Tempat / Tanggal Lahir : Banda Aceh / 8 Agustus 1997
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pekerjaan / NIM : Mahasiswi / 140102014
5. Agama : Islam
6. Kebangsaan / Suku : WNI / Aceh
7. Status Perkawinan : Belum Kawin
8. Alamat : Jln. Perdamaian No. 90 Lampaseh Kota
9. Nama Orang Tua / Wali
 - a. Ayah : Mustar
 - b. Pekerjaan : PNS
 - c. Ibu : Nurhayati
 - d. Pekerjaan : PNS
 - e. Alamat : Desa Pantee Rakyat, Kecamatan Babahrot
Kabupaten Aceh Barat Daya
10. Pendidikan
 - a. SD / MI : SDN 2 Pantee Rakyat
 - b. SMP / MTs : SMPN 1 Babahrot
 - c. SMA / MA : SMA Harapan Persada
 - d. Perguruan Tinggi : Hukum Ekonomi Syariah, Syariah dan
Hukum, UIN Ar-Raniry Banda Aceh
11. Kontak
 - a. Handphone / WhatsApp : 082272071860
 - b. Twitter : Oohmagfirah
 - c. Instagram : magfirah03

Banda Aceh, 27 Juli 2018
Penulis,

Intan Makhfirah