

**ANALISIS FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL MAJELIS
ULAMA INDONESIA (DSN-MUI) NOMOR 75/DSN-MUI/VII/2009
TERHADAP BISNIS MLM *SINERGY*
(Studi Kasus di PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi, Bandung)**

SKRIPSI

oleh

Moh. Jamil

NIM. C92216182



Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syariah dan Hukum

Jurusan Hukum Perdata Islam

Prodi Hukum Ekonomi Syariah

Surabaya

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Moh. Jamil
Nim : C92216182
Fakultas/ jurusan/ prodi : Syariah dan Hukum / Hukum Perdata Islam/ Hukum
Ekonomi Syariah.
No. Hp : 085235954956
Judul : Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis
Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-
MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis MLM *Sinergy*
(Studi Kasus di PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian- bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Surabaya, 10 Maret 2020



Moh. Jamil

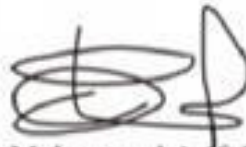
C92216182

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Sikripsi ini ditulis oleh Moh. Jamil NIM C92216182 in telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan

Surabaya, 10 Maret 2020

Pembimbing,



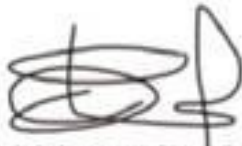
Dr. H. Mohammad Arif, LC. MA.
NIP. 197001182002121001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Moh. Jamil NIM.C92216182 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 21 Juli 2020 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ilmu Syariah dan Hukum.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I



Dr. H. Mohammad Anif, LC, MA,
NIP. 197001182002121001

Penguji III



A. Mufti Khazin, MHI,
NIP. 197303132009011004

Penguji II



Dra. Hj. Nurhayati, M.Ag
NIP. 196806271992032001

Penguji IV



Marli Candra, LLB (Hons), MCL,
NIP. 1985062442019031005

Surabaya, 24 Juli 2020

Mengesahkan,

Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. H. Masruhan, M. Ag
NIP. 195904041988031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moh. Jamil
NIM : C92216182
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : jamilsalima5@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**ANALISIS FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL MAJELIS ULAMA INDONESIA
(DSN-MUI) NO 75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP BISNIS MLM SINERGY
(STUDI KASUS DI PT. BANDUNG ECO SINERGI TEKNOLOGI, BANDUNG)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 November 2020

Penulis


Moh. Jamil

ABSTRAK

Sikripsi ini berjudul “Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap Bisnis MLM *Sinergy* (studi kasus di PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi)”, untuk menjawab rumusan masalah bagaimana praktik bisnis MLM *Sinergy* dan bagaimana analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009.

Skripsi ini merupakan hasil penelitian lapangan (*field research*), dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Kemudian data diolah dengan tahapan *editing*, *organizing* dan *analyzing*. Selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan teknik pola pikir deskriptif yakni mendiskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dari lapangan terkait praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) *Sinergy* yang kemudian dianalisis menggunakan fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang syariah (PLBS).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Sistem operasional MLM *Sinergy* menggunakan sistem *break away*. Sistem yang memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline-nya*, untuk bergabung langkah pertama melakukan pendaftaran sebesar 100 ribu dan melakukan pembelian produk melalui mitra resmi, melakukan aktivasi akun pada website *sinergy Official*, memanfaatkan fasilitas *Sinergy*, selanjutnya menggunakan produk dan berbagi manfaat produk *sinergy*, yang terakhir akan mendapatkan komisi, bonus dan riward dari perusahaan. Kedua, dari hasil analisis praktik bisnis MLM *Sinergy* adalah telah sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dimana dalam fatwa DSN-MUI disebutkan dua belas syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan atau bisnis yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) dan hasil dari analisis bahwa bisnis *Sinergy* telah memenuhi syarat-syarat tersebut.

Pada akhir penulisan sikripsi ini, penulis menyarankan kepada perusahaan atau bisnis MLM *Sinergy* ini agar terus menjaga sistem bisnisnya yang telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sebagaimana tercantum dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009. Serta bisnis ini telah melakukan pemasaran produk tingkat Nasional bahkan sampai Internasional sehingga diharapkan dapat segera mendaftar ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Kajian Pustaka.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	12
G. Manfaat Penelitian	12
H. Definisi Operasional.....	13
I. Metode Penelitian	14
J. Sistematika Pembahasan	19
BAB II KONSEP AKAD MURABAHAH DALAM HUKUM ISLAM	21
A. Jual Beli Murabahah.....	21
1. Pengertian Murabahah	21
2. Dasar Hukum Murabahah	23
3. Rukun dan Syarat Murabahah.....	26
4. Jenis-jenis Murabahah	27
5. Berakhirnya Akad Murabahah	28
B. <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	29
1. Jenis-jenis Penjualan Langsung (<i>Direct Selling</i>)	29

BAB I

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, dunia bisnis di Indonesia menjadi berkembang begitu pesat. Hal tersebut dapat memberikan efek positif karena dapat meningkatkan perekonomian. Perkembangan bisnis ini dapat juga menghadirkan banyak pemain - pemain baru dalam dunia bisnis. Banyak masyarakat yang dulunya bukan sebagai pengusaha beralih menjadi pengusaha yang memulai bisnis baru untuk menyemarakkan dunia bisnis di Indonesia. Berbagai macam sistem yang mereka kembangkan, mulai dari berdagang di kawasan pertokoan, berdagang secara *online*, dan masih terdapat berbagai cara berdagang yang lainnya. Namun dari berbagai macam cara dan sistem bisnis yang ada tersebut, sistem berbisnis secara *online* menjadi sistem bisnis yang paling diminati di Indonesia saat ini.

Dan di tengah masyarakat Indonesia muncul sistem perdagangan baru yaitu *Multi Level Marketing* (MLM). Sistem ini cukup banyak di praktekkan pada sebagian perusahaan, mulai dari skala lokal, nasional sampai internasional. Model MLM ini memiliki banyak sekali macamnya dan setiap perusahaan memiliki spesifikasi tersendiri. Sejak masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 80-an, jaringan bisnis penjualan langsung (*direct selling*) MLM terus marak dan bertambah subur laksana tumbuhnya jamur di musim hujan setelah badai krisis moneter dan ekonomi 1998. Pelaku bisnis yang terjun di dunia MLM

Di era serba teknologi, selain bertambah berkembangnya sektor bisnis yang sudah dijelaskan, yang tidak kalah eksis bisnis syariah juga semakin berkembang di Indonesia. Misal lembaga keuangan syariah, butik syariah, asuransi syariah, rumah makan syariah dan hotel syariah. Dengan bisnis tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat yang mayoritas umat muslim. Hal itu dikarenakan banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui tentang hal akan penting dan bergunanya bisnis tersebut. Misalnya masih banyak rumah makan yang masih belum mempeunya sertifikasi halal MUI tetapi sudah banyak pembeli dari umat muslim.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ

حَيْرَ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (٩) فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ

اللَّهُ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠)

Di Indonesia sendiri saat ini makin marak dibahas, dijalankan dan berkembang adalah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) atau pemasaran berjenjang. MLM adalah sistem penjualan berkelompok melalui keanggotaan yang membentuk tim pemasaran secara bertingkat. Sistem MLM ini lebih mengutamakan kebersamaan dalam mencapai tingkat omset penjualan perusahaan. Seorang anggota yang dapat memimpin timnya dalam memasarkan produk perusahaan akan diberikan komisi atau bonus sesuai dengan sistem yang berlaku di masing-masing perusahaan MLM. Keanggotaan di dalam MLM merupakan salah satu inti dari sistem pemasaran MLM ini, yaitu mencari anggota yang disebut sebagai *downline*.² Dalam bisnis MLM, cara memasarkan produk dilakukan melalui pemasaran berjenjang. Jika seorang anggota dapat merekrut orang baru, maka ia akan mendapatkan keuntungan dari anggota baru tersebut (*downline*). Semakin banyak ia merekrut, dan semakin sering para *downline* baru berbelanja produk, maka keuntungan yang didapat oleh *upline* akan semakin banyak, baik berupa komisi, bonus, dsb. *Upline* (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu.³

² *Bawah (downline)* adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor (*upline*), sedangkan

[illegible]

yang telah disediakan, dan
dalam DSN MUI tentang
kehalalan suatu

sebut.

menguji kehalalan suatu bisnis MLM Syariah,

lis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah mengeluarkan

ai pedoman penjualan langsung berjenjang syariah

- jasa;

⁵ AP2LI, *Anggota AP2LI*, dalam <http://ap2li.or.id/anggota/> diakses pada 05 November 2019.

2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat;
4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra’;
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain;

- Pada hari ini masyarakat sedang ramai memperbincangkan bisnis MLM Syariah yang berdiri tanggal 10 November 2014 dan sempat *booming* pada tahun 2017 sampai saat ini, yakni PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST) yang membangun sebuah bisnis yang dikenal dengan sebutan bisnis *Sinergy* adalah bisnis waralaba pemasaran *Direct Selling* (jaringan bisnis penjualan langsung), bergerak di bidang perdagangan dan jasa yang memasarkan berbagai produk kebutuhan masyarakat yang pemasarannya menggunakan *Multi Level Marketing* (MLM), dengan menggunakan sistem *direct selling* (penjualan langsung), yaitu melakukan penjualan barang atau jasa tertentu kepada para konsumen melalui jaringan bisnis yang telah dibentuk oleh para mitra dengan cara tatap muka dan memasarkan secara langsung.⁶ Bisnis juga mengandalkan para *distributor* (penyedia stok produk) sebagai ujung tombak dalam mencapai kesuksesan dan sebagai pondasi dalam membangun jaringan bisnis, dimana seorang *distributor* juga memasarkan langsung suatu produk tertentu baik berupa barang atau jasa kepada calon konsumen atau calon mitra tanpa melalui perantara toko, swalayan, apotek.⁷

⁷ Andreas Harefa, *10 Kiat Sukses Distributor MLM*, Belajar dari AMWAY, CNI dan Herbalife, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999), 12.

Namun pada tataran praktisnya di masyarakat secara umum dan umat Muslim secara khusus kiranya masih menganggap MLM sebagai sesuatu yang berkonotasi ke arah yang negatif, hal ini disebabkan oleh adanya banyak bentuk-bentuk penipuan bisnis yang mengatas namakan sebagai bisnis MLM, kendatipun di antaranya sudah mempunyai legalitas kehalalan dari lembaga Majelis Ulama Indonesia Jawa Barat (MUI JABAR) dan nantinya juga akan mengajukan ke tingkat Majelis Ulama Indonesia pusat, sebagian kalangan masyarakat banyak yang belum memahami dan mengenal lebih jauh bagaimana penerapan dan operasional lembaga bisnis MLM Syariah. Masyarakat hanya mengetahui bahwa MLM Syariah sama saja dengan MLM konvensional pada umumnya adalah bisnis yang tidak riil, bisnis cuci otak, bisnis yang mengiming-imingi bonus, permainan uang (*money game*), bisnis yang hanya menguntungkan bagi mereka

[illegible]

Berikut adalah beberapa pandangan masyarakat mengenai keberadaan bisnis *multi level marketing*:

- Oleh karena itu, penulis tertarik ingin mengkaji dan meneliti bisnis *Sinergy* dari aspek fatwa DSN-MUI dengan tema Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap bisnis MLM *Sinergy* (studi kasus PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi).

Berdasarkan penjelasan di latar belakang, terdapat beberapa masalah untuk di kaji adalah sebagai beriku:

- ⁹ Noviyanto, (Bisnis MLM Investasi yang perlu diperhitungkan), <https://koinworks.com/blog/bisnis-mlm-investasi-yang-perlu-diperhitungkan/>, diakses pada 18 Agustus 2020.

Berdasarkan peninjauan kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada di penelitian ini, terdapat beberapa peneliti yang telah dilakukan sebelumnya antara lain:

1. Sikripsi berjudul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. K Link Indonesia cabang Makassar. Pada pembahasan sikripsi ini menjelaskan bisnis MLM dri apsek hukum Islam adalah boleh, karena hukum asal dari jual-beli adalah boleh samapai ada dalil yang melarangnya. Dan pelaksanaan bisnis MLM pada PT. K Link Indonesia cabang makassar telah sesuai dengan ketentuan dala fatwa DSN-MUI/75/VII/2009tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹¹
2. Junal berjudul: Bisnis *multi level marketing* dalam prespektif hukum Islam. MLM merupakan strategi penjualan yang sangat terkenal karean terdapat dukungan akses sistem jaringan yang *modern*. Tetapi dalam perkembagannya banyak bisnis penipuan yang bermunculan berkedok MLM yang akhirnya citra bisnis MLM ini menjadi buruk di lingkungan

¹¹ Putri Reztu Angreni J, *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT.K-Link Indonesia Cabang Makassar"*, (Sikripsi-Universitas Hasanuddin, Makassar, 2016), 147.

Sejalan dengan penelitian diatas, penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik bisnis MLM Sinergy;
2. Untuk mengetahui analisis fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pendoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan nilai tambah bagi penulis sendiri dan pembaca, baik secara akademis, teoritis, maupun praktis, yaitu:

1. Secara akademisi, yaitu diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih sempurna.
2. Manfaat teoritis, yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan hukum Islam dan wawasan keilmuan yang berkaitan dengan hukum ekonomi syariah bagi masyarakat luas terhadap sistem pemasaran *multi level marketing*.
3. Manfaat praktis, yaitu diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku perusahaan yang menerapkan sistem *multi level marketing* khususnya MLM Syariah, sehingga mampu mengoperasikan atau mengaplikasikan sistem bisnisnya sesuai dengan fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

[illegible]

- b. Buku, kitab, skripsi terdahulu yang berkaitan dengan bisnis MLM syariah.

2. Sumber data

Merupakan tempat penelitian dimana data didapatkan.¹⁸ Disini terbagi menjadi 2 (dua).

1) Sumber primer

Sumber primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dengan mengambil data langsung pada subjek sebagai sumber informasi.¹⁹ Peneliti mengambil keterangan dan data bisa melalui:

- a. *Owner multi level marketing* PT. Bandung Eco sinergi Teknologi.
- b. *Manajemen multi level marketing* PT. Bandung Eco sinergi Teknologi.
- c. *Leader multi level marketing* PT Bandung Eco Sinergi Teknologi.
- d. *Member multi level marketing* PT Bandung Eco Sinergi Teknologi.
- e. *Distributor Multi Level Marketing (MLM)* PT Bandung Eco Sinergi Teknologi.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 114.

¹⁹ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Sigma, 1996), 28.

b) Wawancara

c) Dokumentasi

²² Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 70.

[illegible]

4. Teknik pengelolaan data

Dalam hal ini ada beberapa tahapan dalam pengolahan data yaitu:

a) Editing

Editing, adalah memeriksa dan meninjau kembali semua data-data yang didapatkan dengan memilih dan meyeleksi data tersebut dari berbagai data yang kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.²⁴ Teknik ini digunakan untuk memeriksa serta mengedit hasil wawancara dari pihak manajemen dan pihak distributor.

b) Organizing

Langkah menyusun secara sistematis data yang diperoleh dalam rangka paparan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mendapatkan data-data dan gambaran yang jelas. Yakni dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara dan website resmi bisnis *Sinergy* serta fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dan buku MLM Syariah.

c) Analyzing

Yaitu memberikan hasil terhadap analisis hasil dari *editing* dan *organizing* data yang didapat dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori dan dalil-dali sehingga diperoleh kesimpulan atau jawaban dari rumusan masalah. Pada penelitian ini menganalisis hasil

²⁴ Chalid Narbuko & abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 153.

19

5. Teknik analisis data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknis diskriptif analisis dengan pola pikir induktif. Penulis menggunakan teknik ini karena metode yang digunakan adalah metode pendekatan kealitatif, dimana diperlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya. Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Dari pemaparan diatas peneliti mencoba mengungkapkan bagaimana praktis bisnis MLM Sinergy yang akan dipaparkan secara sederhana namun mendalam dan langsung pada aspek yang diteliti. Sehingga dapat memberikan kesimpulan yng lebih khusus.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam memperoleh gambaran terhadap penelitian ini, maka penulis membuat sistematika yang bertujuan untuk mempermudah pembahasan. Sistematika pada penelitian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing bab memiliki pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan yaitu terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas tentang DSN-MUI (profil, sejarah atau latar belakang, isi fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009), dan tentang *multi level*

marketing syariah (pengertian, sejarah, landasan, dan yang berkaitan dengan MLM syariah).

Bab ketiga membahas tentang bisnis MLM *Sinergy* (profil, sejarah, visi-misi, dan produk), dan mengenai praktik bisnis MLM *Sinergy* (sistem penjualan atau pemasaran, komisi, bonus, reward, *marketing plan*).

Bab keempat mengkaji dan menganalisa bisnis *Sinergy* dengan fatwa DSN-MUI nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Bab kelima merupakan akhir dari skripsi atau penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari analisis permasalahan serta saran yang memperbaiki dan membangun mengenai praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) terhadap bisnis *Sinergy*.

JUAL BELI *MURĀBAḤAH*

Artinya: Jual beli yang mana pihak penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang dan tingkat keuntungan yang diinginkan.⁴

2) Menurut Wahbah Az-Zuhaili *murābahah* adalah:

بَيْعُ الْمُرَاجَاةِ هُوَ الْبَيْعُ بِمِثْلِ الثَّمَنِ الْأَوَّلِ مَعَ زِيَادَةِ رِبْحٍ.

Artinya: menjual barang sesuai dengan harga pembelian dengan menambahkan keuntungan.⁵

- c. Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional MUI (DSN-MUI) No. 4 Tahun 2000 menyebutkan bahwa yang dinamakan dengan *murābahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan suatu harga yang belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁶
- d. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) pasal 20 ayat 6 menyebutkan bahwa yang di maksud dengan *murābahah* adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahibul mal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan, bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang meurupakan keuntungan atau laba bagi *shahibul mal* dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau langsung.⁷

Dari beberapa penjelasan diatas bisa ditegaskan bahwa akad *murābahah* yaitu akad jual beli barang pada harga asal dengan harga

⁴ Abu Walid Muhammad Ibn Ahmad Ibn Muhammad Ibn Ahmad Ibn Rusyd Al-Qurthubi, *Bidayatul Mujtahid Wa Nihayat Al- Muqtasid* (Dar Fikr. Beirut, 2008, juz II), 175.

⁵ Wahbah Az-Zuahaili, *Al-Fiqhu Al Islami Wa Adilllatuh* (Dar Fikr. Beirut, 2009, juz V), 420.

⁶ *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional/MUI*, No. 4 Tahun 2000

⁷ *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Pasal 20 ayat 6

Jual beli *murābahah* termasuk transaksi yang dibolehkan oleh syariat. Mayoritas ulama, dari kalangan para sahabat, tabi'in, dan para imam madzhab, juga membolehkan jual beli *murābahah* ini. Dalil dalil yang membolehkannya akad *murābahah* adalah sebagai berikut:

- 1) Ayat Al-Qur'an yang secara umum membolehkan jual beli adalah seperti firman Allah dalam dan surat *al-Baqarah* ayat 275 dan surat *an-Nisa* ayat 29:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “dan padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”(Q.S. *al-Baqarah* ayat 275)⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tafsir Perkata Tajwid kode Angka* (tangerang: Kalim). 84.

antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(Q.S. *an-Nisa* ayat 29)¹⁰

Dari kedua ayat ini menggambarkan bahwa jual beli adalah suatu yang di bolehkan oleh syariat, adapun keterkaitannya dengan akad *murābahah* ini didasarkan pada transaksi yang ada dalam akad *murābahah* yang telah dijelaskan dalam pendapat beberapa fuqaha diatas yaitu, jual beli barang dengan menyebutkan keuntungan atau tambahan yang diperoleh si penjual, sehingga dalam kaitannya ayat diatas sangat menyinggung sekali seperti halnya jual beli yang didasarkan pada saling suka sama suka dan jual beli ini didasarkan dengan kesepakatan kedua belah pihak.¹¹

Adapun *murabāḥah* adalah jual-beli yang mana penjual memberi tahu kepada pembeli tentang harga awal (modal) barang dan pembeli membelinya sesuai harga pokok tersebut, kemudian memberikan *margin* atau keuntungan pada penjual sesuai dengan kesepakatan. Artinya penjual memberi tahu berapa besaran keuntungan yang didapat dari harga pokok tersebut.¹²

2) Hadis, adapun hadis yang dirawayatkan oleh Ibnu Majah ini menjadi dasar hukum dalam jual beli *murābahah*:

¹⁰ Ibid., 48

¹¹ Wabhab Az-Zuahaili, *Fiqh Islami Wa Adilllatuhu*, Terjemah. Abdul Hayyie, jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, 2011), 358.

¹² Muhammad Yazid, *Hukum Ekonomi Islam...*, 176.

مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحٍ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ

رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Adapun keterkaitannya hadis ini dengan akad *murābahah* adalah sesuai dengan penjelasan dari uraian di atas yang menyebutkan bahwa dalam akad *muarābahah* ini adalah transaksi yang dilakukan dengan cara saling ridha antara kedua belah pihak. Seperti halnya dalam penentuan harga jual, keuntungan yang diinginkan, mekanisme pembayaran, dan lainnya harus ada persetujuan dan kerelaan antara kedua belah pihak.¹⁴

3) Kaidah Fiqh

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِيَّاحَةُ حَتَّى يَكُونَ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهِ¹⁵

Artinya: “pada dasarnya semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

¹⁵ A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis) (Jakarta: Kencana, 2007), 130.

- Berdasarkan jenisnya *murābahah* terbagi menjadi dua macam yakni:

Dalam *murābahah jenis ini* penjual melakukan pembelian barang setelah ada pesanan dari pembeli. *murābahah dengan pesanan* dapat bersifat mengikat, berarti pembeli harus membeli barang yang sudah dipesannya dan tidak membatalkan pesannya.¹⁸

Murābahah tanpa pesanan maksudnya penyediaan barang pada *murābahah* ini tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pesanan atau pembeli.¹⁹

5. Berakhirnya Akad *Murābahah*

1. Pembatalan akad, jika terjadi pembatalan akad oleh pembeli, maka uang muka yang dibayar tidak dapat dikembalikan;
2. Terdapat cacat, kerusakan atau aib pada obyek barang yang akan dijual ketika diserahkan kepada penjual;

²⁰ Abdullah Saed, *Menyoal Bank Syariah: Kritik Atas Interprestasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*, Terjemah. Arif Maftuhin, (Jakarta: Paramadina, 2004), 120.

jasa kepada lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi yang wajar.²³

2. Pengertian *Multi Level Marketing* Syariah

Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa inggris, multi berarti banyak, level berartikan jenjang atau tingkat, sedangkan marketing berartikan pemasaran.²⁴ Disebut multi level, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melakukan penjualan yang bertingkat-tingkat atau berjenjang banyak.

Multi Level Marketing (MLM) adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, sistem bisnis MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah . aspek-aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah.

Menurut Ustadz Hilman Rosyad Syihab dalam buku Kuswara bahwa bisnis MLM yang sesuai syariah adalah MLM untuk produk yang halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada pelanggaran syariat, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan, dan lain-lain.²⁵

Sebagai sebuah bisnis yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah, tentu harus sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam, yaitu dengan berlandaskan pada al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai pedoman.²⁶

3. Sejarah MLM Syariah

Melihat dari sejarah, akar MLM tidak bisa dipisahkan dengan berdirinya *Amway Corporation* di Amerika Serikat dengan produknya *Nutrilite* pada tahun 1959 yang didirikan oleh Rich DeVos dan Jay van Andel. Dan masuk ke Indonesia sekitar tahun 1980-an jaringan bisnis Penjualan Langsung (*Direct Selling*) MLM terus marak dan subur menjamur. Model bisnis ini terus berkembang setelah adanya krisis moneter dan ekonomi.²⁷ *Multi level marketing* di Indonesia sudah marak dan mulai berkembang. Bahkan sudah ada yang terang-terangan menyatakan bahwa MLM tersebut sesuai syariah, seperti PT. Ahad-Net Internasional, MQ-Net, dan lain-lain.²⁸

4. Landasan syariah

Ada beberapa hal yang berkaitan erat sebagai landasan dalam pengelolaan bisniss MLM syariah, yaitu:

a. Faktor niat

Niat atau motivasi pendirian perusahaan MLM Syariah haruslah berbeda dengan pendirian MLM Konvensional pada

²⁶ Ibid., 123.

²⁷ Ibid., 95.

²⁸ Suhrawardi K. Lubis & Farid Wadji, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 182.

Dalam niat pendirian usaha MLM syariah dapat dijabarkan sebagai berikut: *Pertama*, niatkan untuk membangun usaha halal dan mendistribusikan produk halal, pertama, menitikan untuk membangun usaha halal dan mendistribusikannya produk halal. *Kedua*, niatkan untuk mengangkat eknomi umat yaitu tidak hanya mendapatkan keuntungan bagi diri sendiri, tetapi juga bermanfaat bagi sesama umat dan banyak orang. *Ketiga*, nitakna untuk memperdayakan produk dalam negeri yang dihasilkan oleh putra-putri bangsa.

Sebuah bisnis yang berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah maka secara operasionalnya harus sesuai dengan prinsip muamalah Islam yaitu berlandaskan dan berpedoman pada Al-qur'an dan as-Sunah. Prinsip-prinsip syariah adalah suatu solusi yang kongkrit, dinamis, dan implementatif. Bukan sesuatu yang hanya wacana atau hanya menjadi macan kertas yang tidak dapat dipraktikan dalam kehidupan sehari-hari. Karenanya MLM syariah diyakini akan terus tumbuh dan berkembang bagi sistem bisnis yang adil dan menyejahterakan.

[illegible]

mempraktekkan ajaran Islam yang berhubungan dengan proses-proses ekonomi guna peningkatan kesejahteraan.³¹

6. Kriteria MLM *Syariah*

Suatu usaha MLM halal atau haram, tidak ditentukan oleh masuk tidaknya dalam keanggotaan Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI), juga tidak dapat dipandang oleh pengakuan sepihak sebagai perusahaan MLM *Syariah* atau Konvensional. Melainkan tergantung sejauhmana usaha ini mempraktikkan bisnisnya di lapangan lalu dikaji sesuai syariah atau tidak. Berikut ini beberapa poin penting yang dapat dijadikan panduan untuk menilai apakah sebuah bisnis MLM sesuai syariah atau tidak:

a. *Business Plan*

Ciri-ciri busniess plan yang baik: (a) tidak ada unsur bahwa yang terdaftar terlebih dahulu maka dia yang diuntungkan, (b) tidak menjanjikan kaya mendadak, (c) biaya pendaftaran tidak terlalu mahal sepadan apa yang ia peroleh saat mendaftar, (d) semua sistem diketahui secara transparan, dan (e) pembagian komis dan bonus harus jelas diawa.³²

b. Produk

Jika telah memiliki produk maka, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu: (a) barang atau jasa iusahakan kebutuhan

³¹ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Prees, 2011), 5.

³² Kuswara, *Mengenal MLM Syariah...*, 112.

Kreteria perusahaan harus memiliki track record yang baik dan sistem keuangannya mulai dari permodalan, transaksi, dan kegiatan lainnya harus bersinergi dengan keuangan syariah,

Yakni dengan mengajarkan kejujuran dalam bisnis, harus ada paradigma shift tentang orientasi dan image sukses. Sukses tidak selalu diukur dimilikinya sejumlah materi, tetapi ada yang jauh lebih dari itu, yaitu kesuksesan dalam hal intelektual, emosional, dan spiritual.³³

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)

mengeluarkan fatwa tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syraih (PLBS) yang ditetapkan pada tanggal 25 Juli 2009 di Jakarta.

Fatwa ini dibuat atas dasar maraknya praktik penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) yang saat ini telah berkembang dengan berbagai inovasi dan pola yang beragam namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya yang dalam hal ini dapat merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan.

[illegible]

a. Ketentuan akad

1. *Akad Wakālah bil Ujrah* berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Akad Wakālah Bil-Ujrah* pada Asuransi Syariah dan Reasuransi Syariah.

dan *kasrah* huruf wawu-nya, secara kebahasaan adalah “penyerahan” sedangkan menurut syarak adalah penyerahan seseorang pada sesuatu yang boleh dikerjakannya sendiri dari sesuatu yang bisa digantikan oleh orang lain untuk dikerjakannya pada masa hidupnya.³⁴ Menurut Dewan Syariah Nasional MUI akad wakalah merupakan pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak ke pihak lain dalam hal yang boleh diwakilkan.

a) Syarat-syarat *muwākkil* (yang mewakilkan)

³⁴ Abu Syuja' Ahmad, *Matan at-Taqrīb wal al-Ghayah Ma'a Adillatihi min al-Qur'an wa as-Sunnah* : M. Nadjib Sadjak (Tuban: Kampoeng kyai, Cet.I, 2013), 119.

2. Akad *ju'alah*, akad ini mengambil refrensi dari fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *Ju'alah*.

[illegible]

Rukun *Ju'alah* ada 5 (lima): (1) *Jail* : pihak yang berjanji akan memberikan imbalan atas pencapaian hasil kerja (*natijah*) yang ditentukan, (2) *Majulah* : pihak yang melaksanakan jualah, (3) *Natijah* : upah atau hasil pekerjaan yang harus jelas diketahui, (4) *Majul a'laih* : objek jualah yang harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang syariah pada saat terjadinya akad, (5) *Ju'ul* : imbalan yang harus ditentukan besarnya oleh jail dan majullah pada saat terjadi akad.³⁹

³⁹ Suqiyah Musyafa'ah dkk, *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam I*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Prees, 2013), 181.

3. Akad *ijārah* sesuai fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijārah*. *Ijārah* berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-‘iwad* (upah atau ganti). *Ijārah* merupakan transaksi terhadap manfaat suatu barang dengan suatu imbalan, yang disebut dengan sewa menyewa. *Ijarah* juga mencakup transaksi terhadap suatu pekerjaan tertentu, yaitu adanya imbalan yang disebut dengan upah mengupah.

(1) Dua orang yang berakad (*mu'jir* dan *mustajir*) disyaratkan: berakal, mumayiz, dan kedua belah pihak atas kemauan sendiri;

(3) *Ujrah*, disyaratkan diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak, baik dalam sewa-menyewa maupun dalam upah mengupah;

⁴¹ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah, Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah...*, 133.

(a) Objek ijarah adalah manfaat dari penggunaan barang dan/atau jasa;

(c) Manfaat barang atau jasa harus yang bersifat mubah (dibolehkan);

(d) Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan jahalah (ketidakjelasan) yang akan mengakibatkan sengketa.⁴²

b. Ketentuan Umum

Pada ketentuan umum ini disebutkan beberapa istilah yang digunakan dalam fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yaitu sebagai berikut:

Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.

Barang adalah setiap benda yang berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang

[illegible]

dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yng terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkan.

Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besar maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.

Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil telah melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajiban demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.

Money game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru/bergabung kemudian

Member get member adalah strategi perekrutan anggota yang telah terdaftar sebelumnya.

Mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/*retailer* yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.⁴³

Dalam praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- ⁴³ Ibid., 811.

- komisi atau bonus se
lakukan pembinaan

BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING (MLM)* SINERGY

1. Profil dan Sejarah PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi

PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi memiliki kantor pusat yang berada di Bandung tepatnya di Grand Surapati Core Blok B 9-10 B 23-25. Jl. PHH. Mustofa No. 39, Pasirlayung, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40192. Wawancara pada salah satu mitra *Sinergy* atas nama Tezar Maas Putra, bahwasannya kantor pusat *Sinergy* benar adanya berada di Bandung, karena dibuktikan sendiri oleh mitra tersebut pada kunjungannya ke kantor pusat *Sinergy*.¹ Dan mempunyai beberapa *website* resmi yang dapat diakses, yakni www.sinergy-word.com atau akun resmi di instagram yaitu *Sinergy Word* dan juga youtube yaitu *Sinergy Official*.

¹ Tezar Maas Putra, *Wawancara*, Bandung, 25 Januari 2020.

- b. SK. Menkumham No : AHU-00063756.AH.01. 11, Notaris : Drs. Yudi Priadi, SH.
 - c. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) No. 00/15/IUP/XII/2017/DPMPTSP.
 - d. Nomor Induk Berusaha (NIB) No. 8120001861974.
 - e. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 82.642.266.9-429.000..
 - f. Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) No. 33/SIPT/SIUPL/05/2019.
 - g. Terakreditasi Manajemen pelayanan Mutu ISO 9001:2015.
 - h. Terakreditasi Ramah Lingkungan ISO 14001:2015.
 - i. Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI) No. 03/AP2LI/DN/IX/2018.
 - j. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Provinsi Jawa Barat No. Kep-389/DP-P.XII/I/2019
4. Kode Etik *Sinergy*

Dalam menjalankan bisnis ini, *Sinergy* mempunyai kode etik yang berisi 10 (sepuluh) Bab & 25 (dua puluh lima) Pasal.³ Adapun latar belakang adanya kode etik adalah untuk lebih memertegas batasan dan aturan dalam menjalankan bisnis *Sinergy* dengan maksud dan tujuan untuk mencapai kesuksesan seperti yang diharapkan perusahaan. Dalam pembahasan ini akan dijelaskan 5 (lima) bab yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

³ Ibid., “Informasi & download, kode etik PT.BEST” www.sinergy-word.com diakses pada tanggal 27 Januari 2020.

- 1) Mitra usaha dapat memesan barang dalam jumlah berapa pun untuk pembelian langsung dari perusahaan dengan ketentuan bahwa biaya pengurusan dan pengiriman dapat dikenakan kepada mitra usaha bergantung pada jumlah pemesanan.
- 2) Mendapatkan informasi sehubungan dengan barang-barang yang diberikan dan dijual oleh perusahaan.
- 3) Membeli dan mendapatkan bukti pembayaran atas pembelian tersebut serta menjual kembali barang kepada konsumen akhir.
- 4) Berpartisipasi dalam program pengembangan yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 5) Berpartisipasi dalam kesempatan untuk mendapatkan kompensasi, bonus-bonus penghargaan, dan/atau manfaat-manfaat lain yang tersedia bagi mitra usaha berdasarkan rencana kompensasi perusahaan.
- 6) Memperluas dan mengembangkan jaringan kebawah (*downline*) mereka.
- 7) Mitra usaha berhak mendapatkan bonus dan komisi sesuai ketentuan perusahaan.

1) Mitra usaha wajib tunduk pada seluruh undang-undang, peraturan-peraturan dan ketentuan perilaku dan tidak dibenarkan melakukan setiap

- 1) mitra usaha dilarang melanggar kode etik dan peraturan perusahaan ini dalam melaksanakan kegiatan usahanya yang dapat menimbulkan kerugian bagi mitra usaha lain dan/atau perusahaan.
- 2) Mitra usaha dilarang memberikan informasi yang tidak benar berkaitan dengan perusahaan, manajemen perusahaan termasuk karyawan, dan mitra usahanya yang dapat mencemarkan nama baik perusahaan.
- 3) Mitra usaha dilarang memberikan informasi tidak benar dan menyesatkan sehubungan kandungan, manfaat, petunjuk pemakaian, cara penyimpanan barang serta petunjuk-petunjuk lain berkaitan dengan barang tersebut yang diinformasikan dan dianjurkan oleh perusahaan.
- 4) Mitra usaha tidak diizinkan menjual, memajang barang perusahaan pada *marketplace* (seperti tokopedia, lazada, shopee dan lainnya) toko eceran,

sekolah, pameran, toko online atau situs lelang atau sejenisnya; atau tidak diizinkan memunculkan setiap barang perusahaan pada lokasi dimaksud meskipun tidak dimaksudkan untuk dijual.

- 5) mitra usaha tidak dibenarkan untuk mengemas ulang atau mengganti atau mengubah label kemasan barang-barang perusahaan.
- 6) Apabila sebuah grup/perseorangan memiliki *website* berkenaan dengan bisnis perusahaan, maka *website* tersebut harus didaftarkan terlebih dahulu kepada perusahaan perusahaan.
- 7) mitra usaha tidak dibenarkan menjual produk-produk perusahaan dibawah harga yang telah ditentukan, baik penjualan secara pribadi maupun bekerjasama dengan pihak ketiga dalam pelaksanaanya.
- 8) MITRA usaha tidak dibenarkan menggunakan jaringan perusahaan untuk memasarkan barang-barang yang tidak disetujui oleh perusahaan secara resmi.
- 9) Seorang mitra usaha tidak dibenarkan melakukan pemaksaan dalam penjualan, wajib berlaku sopan dan perhatian terhadap konsumen dan wajib setiap saat melakukan presentasi yang benar mengenai barang barang perusahaan dan rencana kompensasi.
- 10) Mitra usaha dilarang memaksa mitra usaha yang disponsorinya untuk membeli barang barang perusahaan melaluinya atau membeli dalam jumlah minimum pemesanan atau stok.
- 11) Mitra usaha dilarang mempromosikan kegiatan usaha, profesi, politik, sosial atau keyakinan diluar kegiatan usaha perusahaan dan tidak

dibenarkan melakukan propaganda mengenai hal tersebut kepada mitra usaha lain, konsumen atau calon mitra usaha.

- 12) Setelah mencapai kedudukan tingkatan mitra usaha yang lebih tinggi maka mitra usaha tidak boleh terdaftar pada perusahaan-perusahaan penjualan langsung atau *multi level marketing* lainnya atau melakukan promosi penjualan atau keanggotaan untuk perusahaan tersebut. Bila hal tersebut terjadi, maka perusahaan berhak untuk mengakhiri keanggotaan.
- 13) Mitra usaha tidak dibenarkan mengekspor atau menjual kepada pihak yang diketahui melakukan ekspor barang-barang perusahaan dari tempat mitra usaha berasal maupun impor dari negara lain.
- 14) Mitra usaha tidak dibenarkan untuk menggunakan merek dagang, logo dan nama perusahaan baik pada materi cetak atau publikasi pada internet tanpa persetujuan tertulis sebelumnya dari perusahaan. Konten dari situs-situs website perusahaan seperti tulisan, grafis, foto-foto, desain-desain dan program termasuk kedalam hak cipta yang dilindungi dan tidak dibenarkan untuk digunakan demi kepentingan komersil tanpa persetujuan tertulis terlebih dahulu dari pihak perusahaan.
- 15) Mitra usaha dilarang menampilkan produk perusahaan bersama *publik figur*/artis tanpa seizin perusahaan pada media apapun termasuk di dalamnya *social media*, kanal komunikasi whatsapp dan lainnya.
- 16) Mitra usaha dilarang dengan cara apapun melakukan manipulasi rencana kompensasi perusahaan atau volume penjualan dengan cara apapun yang mempengaruhi pembayaran bonus-bonus atau penghargaan-penghargaan

- 1) Perusahaan berhak untuk menerima atau menolak setiap pemohon pendaftaran untuk menjadi seorang mitra usaha.
- 2) Perusahaan berhak melakukan perubahan perhitungan komisi, bonus atau manfaat- manfaat, termasuk didalamnya produk dan atau kebijakan lain sebagai akibat dari perubahan harga, perubahan barang-barang dan tidak tersedianya barang dengan persetujuan terlebih dahulu dari kementerian perdagangan Republik Indonesia dan melakukan sosialisasi kepada para member selambatnya 30 (tiga puluh) hari sebelum diberlakukan.

- 1) Perusahaan berkewajiban memberikan informasi yang jelas dan benar sehubungan dengan usaha dan produk yang akan dipasarkan oleh mitra usaha, baik mengenai perhitungan komisi, reward, kandungan, manfaat, petunjuk pemakaian serta cara penyimpanan barang dan informasi terkait lainnya.
- 2) Perusahaan berkewajiban melakukan pembinaan terhadap mitra usaha berupa pelatihan-pelatihan dan seminar-seminar.
- 3) Perusahaan berkewajiban menjamin pembayaran komisi, bonus, rewards dan atau manfaat-manfaat lainnya sesuai pencapaian mitra usaha yang tersyaratkan dalam *marketing plan*.

- Pasal 16 tentang larangan perusahaan yaitu: 1) Perusahaan dilarang melakukan praktek perdagangan terlarang yang bertentangan dengan hukum yang berlaku. 2) Perusahaan dilarang melakukan kegiatan usaha diluar izin yang diberikan dari pejabat yang berwenang.⁵

Pasal 17 tentang jaminan produk yaitu:

- ⁵ Ibid...,12

- 3) Dalam hal pengembalian barang dalam klausul jaminan mutu ini, maka perusahaan akan menanggung seluruh biaya penggantian dan pengembalian pengiriman dengan jumlah yang sama atau kurang dari biaya pengiriman. Jikalau biaya pengiriman melebihi jumlah pada faktur sebelumnya, maka kekurangan biaya kirim tersebut menjadi tanggungan member sepenuhnya.

1) Dalam hal terjadinya berakhirnya keanggotaan karena pengunduran diri mitra usaha maupun diberhentikan oleh perusahaan, maka perusahaan akan membeli kembali sisa barang milik mitra usaha selama dalam kondisi masih bagus, belum kadaluarsa, belum dibuka serta dalam kondisi layak dijual dan tetap dalam kemasan utuh.

- 2) Pengembalian uang dengan harga pembelian awal dikurangi biaya administrasi 10% (sepuluh persen) dan semua manfaat (komisi, diskon, insentif dan manfaat lainnya) yang telah diterima oleh mitra usaha dalam waktu 30 (tiga puluh) hari setelah barang diterima dan diverifikasi oleh perusahaan.⁶

[illegible]

- *New leader*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 100 pasangan semenjak bergabung.
- *Star leader*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 750 pasangan semenjak bergabung.
- *Bronze*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 2.500 pasangan semenjak bergabung.
- *Silver*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 10.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Gold*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 50.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Platinum*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 150.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Emerald*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 500.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Diamond*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 1.000.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Director*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 2.500.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Crown*: jika seorang member berhasil mengakumulasikan 5.000.000 pasangan semenjak bergabung.
- *Reward* prestasi akan dibayarkan selambatnya 7 (tujuh) hari setelah akhir periode *reward* tercapai (dalam satu bulan periode bonus

Pasal 24 tentang perselisihan dan sanksi yaitu : Jika perusahaan menemukan bukti pendaftaran ganda seorang mitra usaha maka mitra usaha harus bertanggung jawab dan atau mengganti semua kerugian yang muncul dari pendaftaran ganda tersebut, seperti pengembalian pembayaran bonus yang telah dilakukan perusahaan terhadap salah satu dari pendaftaran ganda tersebut tanpa dikurangi sepeserpun. Apabila mitra usaha tidak mau bertanggung jawab maka perusahaan akan melakukan upaya hukum baik pidana ataupun perdata.

Pasal 25 tentang penyelesaian perselisihan yaitu:

- 1) Dalam hal timbul suatu perselisihan atau perbedaan pendapat antara mitra usaha dengan pihak perusahaan maka kedua belah pihak sepakat dan wajib untuk menyelesaikan perselisihan tersebut secara damai berdasarkan asas musyawarah dan kekeluargaan.
- 2) Apabila perselisihan tersebut diatas tidak berhasil diselesaikan secara damai dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari kalender terhitung sejak musyawarah pertama kali dilaksanakan, maka perusahaan dan mitra usaha sepakat untuk menempuh penyelesaian melalui Pengadilan Negeri Kota Bandung sesuai Hukum Republik Indonesia dan domisili Perusahaan.
- 3) Perusahaan dan mitra usaha sepakat untuk mengecualikan ketentuan Pasal 1367 KUHPerdata, sehingga perusahaan tidak bertanggung jawab atas setiap perbuatan mitra usaha yang tidak sesuai dengan kode etik dan bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang

Gambar 3. 1

3. Lisensi/Hak Usaha

¹⁰ Fahmi Muhammad, *Wawancara*, Surabaya 2 Februari 2020.

Racing + 2 Eco Diesel + 1 LVN Stroberi + 5 HasbPro + Eco Farming dsb, intinya member mendapatkan 24 box. Dan ditambah uang pendaftaran Rp.100.000,-. Jadi total biaya sebesar Rp.4.600.000,- (belum termasuk ongkir). Dan mendapatkan untung Rp.500.000,-.

c. Peringkat Busnies

Member melakukan akumulasi belanja senilai Rp.10.500.000 mendapatkan berbagai produk sesuai kebutuhan, seperti contoh : 5 Eco Racing + 5 Eco Racing Nano Tech + 5 LVN Slim + 5 Econaxx Coffe dsb, intinya *member* mendapatkan 56 box. Ditambah uang pendaftaran 100 ribu. Jadi total biaya registrasi sebesar Rp.10.600.000 (belum termasuk ongkir pengiriman).

d. Peringkat Executif

Member melakukan akumulasi belanja senilai Rp. 22.500.000 mendapatkan berbagai produk sesuai kebutuhan, seperti contoh : 8 Eco Racing + 5 Eco Diesel + 5 Eco Racing Nano Tech + 5 LVN Slim + 5 Econaxx Coffe + 20 Eco Farming dsb, intinya total member mendapatkan 120 box. Ditambah uang pendaftaran 100 ribu (berlaku seumur hidup). Jadi total biaya registrasi sebesar Rp. 22.600.000 (belum termasuk ongkir pengiriman).

e. Peringkat Priority

Member melakukan akumulasi belanja senilai Rp. 46.500.000 mendapatkan berbagai produk sesuai kebutuhan, seperti contoh : 8 Eco Racing + 5 Eco Diesel + 5 Eco Racing Nano Tech + 5 LVN Slim + 10

LVN Stroberi+ 5 Econaxx Coffe + 20 Eco Farming dsb, intinya total member mendapatkan 248 box. Ditambah uang pendaftaran 100 ribu (berlaku seumur hidup). Jadi total biaya registrasi sebesar Rp. 46.600.000 (belum termasuk ongkir pengiriman).¹¹

4. Operasional Sistem MLM

Dalam penjualan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi menggunakan sistem *direct selling* (penjualan langsung) berbasis *Multi Level Marketing*. Pada dasarnya *Multi Level Marketing* berkonsep *network marketing* karena dimana anggota kelompok tersebut semakin banyak jaringan maka peluang lebih besar mendapat keuntungan, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerjayakni menggunakan banyak orang yang melakukan pemasaran.

Dalam praktik penjualan dengan sistem MLM pada PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi dengan membeli produk & perekrutan member namun yang paling sering dipakai lebih banyak melakukan perekrutan dalam pembelian produk. Karena dalam strategi pemasarannya memberikan potongan diskon yang cukup besar. Selisih yang diberikan kepada konsumen selisih 500 ribu.¹² Berikut tabel keuntungan antara konsumen dengan menjadi member:

¹¹ Aldy, *Wawancara*, Bandung, 01 Maret 2020.

¹² Nurkholis, Wawancara, Bandung, 01 Maret 2020.

Apabila *upline* dalam 1 minggu mendapatkan *downline* Peringkat Priority dengan akumulasi belanja senilai Rp. 46.500.000,- dengan jumlah 248 box maka terdapat 31 bonus pasangan, maka total bonus yang didapat *upline* dalam 1 (satu) minggu adalah : $31 \times 150 = \text{Rp.4.650.000.}^{14}$

[illegible]

berjumlah 750 poin/akumulasi maka prestasi menjadi *star leader*, begitupun selanjutnya baik melalui *first order* atau *repeat order*.

Reward prestasi akan dibayarkan selambatnya 7 (tujuh) hari (setelah akhir periode bonus tertentu), perusahaan akan memberitahukan kepada *mimber* bersangkutan saat telah mencapainya. Dan penerimaannya hanya diterima satu kali, untuk prestasi *new leader* & *star leader* pencairannya berupa cash sedangkan untuk prestasi *bronze ent* dan seterusnya akan diberikan berupa saldo *virtual*. Jenjang peringkat diatas juga akan menjadi acuan dan persyaratan untuk mendapatkan bonus Royalti Generasi, Royati Prestasi dan Royalati Kepemimpinan.¹⁶

5) Bonus Royalti Repeat Order (RO) Generasi



BEBI
Gd Berkah
NO Ribu

PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi

ROYALTY RO 20 GENERASI
Berlaku Push-out 20 generasi

**BONUS
PLAN B**

Generasi	Donasi	Royalti
G.0	1	Rp 5.000,-
G.1	2	Rp 5.000,-
G.2	4	Rp 5.000,-
G.3	8	Rp 40.000,-
G.4	16	Rp 5.000,-
G.5	32	Rp 5.000,-
G.6	64	Rp 5.000,-
G.7	128	Rp 5.000,-
G.8	256	Rp 5.000,-
G.9	512	Rp 5.000,-
G.10	1.024	Rp 5.000,-
G.11	2.048	Rp 5.000,-
G.12	4.096	Rp 5.000,-
G.13	8.192	Rp 5.000,-
G.14	16.384	Rp 5.000,-
G.15	32.768	Rp 5.000,-
G.16	65.536	Rp 5.000,-
G.17	131.072	Rp 5.000,-
G.18	262.144	Rp 5.000,-
G.19	524.288	Rp 5.000,-
G.20	1.048.576	Rp 5.000,-
2.097.151 x		Rp 5.000,-

Royalti

Rp 5.000,-
Rp 10.000,-
Rp 20.000,-
Rp 40.000,-
Rp 80.000,-
Rp 160.000,-
Rp 320.000,-
Rp 640.000,-
Rp 1.280.000,-
Rp 2.560.000,-
Rp 5.120.000,-
Rp 10.240.000,-
Rp 20.480.000,-
Rp 40.960.000,-
Rp 81.920.000,-
Rp 163.840.000,-
Rp 327.680.000,-
Rp 655.360.000,-
Rp 1.310.720.000,-
Rp 2.621.440.000,-
Rp 5.242.880.000,-
Rp 10.485.755.000,-

ILUSTRASI

**Jika dikuplasi 2 mitra
Hingga 20 generasi**

Dan setiap mitra hanya
belanja 1 paket RO saja
setiap bulan,
Maka Royalti Anda

Rp 10.485.750.000,- / bulan

Jika hanya berhasil 10%,
Royalti Anda = **± Rp 1 Miliar / bulan!**

Jika hanya berhasil 1%,
Royalti Anda = **± Rp 100 Juta / bulan!**

Keterangan: untuk mendapatkan bonus ini wajib melakukan RO minimal 1 paket setiap bulan

Sumber: PT.BEST, Marketing Plan Sinergy, (Bandung: PT.BEST, 2020)

Gambar 3. 5

Untuk mendapatkan bonus harus ajak 2 (dua) bantu 2 (dua) maksudnya *upline* cukup hanya mengajak 2 (dua) mitra baru yang akan

¹⁶ Budi Sri Lestari, *Wawancara*, Surabaya, 10 Februari 2020.

Persyaratan untuk mendapatkan bonus ini maka harus melakukan *Repeat Order* (RO) atau belanja ulang minimal 1 akumulasi belanja setiap bulan, ketika mitra melakukan RO maka *upline* akan mendapatkan bonus senilai Rp.5000,-, dan ketika setiap mitra hanya melakukan akumulasi belanja senilai Rp. 1.500.000 RO saja setiap bulan maka royalti yang akan didapatkan sebesar Rp. 10.485.750.000,-/bulan, jika hanya 10% yang melakukan RO maka dapat royalti sebesar Rp. 1 milyar/bulan dan bahkan hanya 1% maka royalti yang didapatkan sebesar Rp. 100 juta/ bulan. Perhitungannya secara bulanan dari omset pembelanjaan *Repeat Order* (RO), dibayarkan selambatnya 7 (tujuh) hari setelah perhitungan bonus selesai (dalam satu bulan periode bonus tertentu).

6) Bonus Royalti *Repet Order* (RO) Prestasi

Royalti yang terjadi dari omset repeat order di jalur generasi anak, yaitu ketika Anak telah mengambil pembelian minimal New Leader (berturut selisih dan break)

Simulasi Royalti Bulanan tanpa selisih & break

PERINGKAT	PERSENTASI	ALOKASI	QTY	ROYALTI PRESTASI
NEW LEADER/100 psg	1.0 %	Rp 15.000,-	100	Rp 1.500.000,-/bulan
STAR LEADER/750 psg	2.0 %	Rp 30.000,-	100	Rp 3.000.000,-/bulan
BRONZE ENT/2500 psg	3.0 %	Rp 45.000,-	1000	Rp 45.000.000,-/bulan
SILVER ENT (10.000 psg)	3.7 %	Rp 55.000,-	1000	Rp 55.000.000,-/bulan
GOLD ENT (50.000 psg)	4.3 %	Rp 65.000,-	1000	Rp 65.000.000,-/bulan
PLATINUM ENT (150.000 psg)	4.7 %	Rp 70.000,-	10.000	Rp 700.000.000,-/bulan
EMERALD ENT (300.000 psg)	4.8 %	Rp 72.500,-	10.000	Rp 725.000.000,-/bulan
DIAMOND ENT (1.500.000 psg)	5.0 %	Rp 75.000,-	10.000	Rp 750.000.000,-/bulan
DIRECTOR (2.500.000 psg)	5.2 %	Rp 77.500,-	30.000	Rp 2.325.000.000,-/bulan
CROWN DIAMOND (5.000.000 psg)	5.2 %	Rp 80.000,-	30.000	Rp 2.400.000.000,-/bulan

Keterangan: untuk mendapatkan bonus ini wajib melakukan RO minimal 1 paket setiap bulan

[illegible]

Praktik atau langkah-langkah menjalankan bisnis MLM *Sinergy* adalah sebagai berikut :

- Calon mitra mengisi form pendaftaran yang diberikan terlebih dahulu.

- Calon member bisa memilih salah satu akumulasi pendafatarn yang telah disediakan.

- Fasilitas yang didapatkan Mitra Usaha antara lain; (a) lisensi keanggotaan; (b) member seumur hidup; (c) hak usaha; (d) flipchart/katalog produk; (e) mendapatkan sataterkit; (f) workshop & training; dan (g) diskon harga produk.

- Pengiriman bisa menggunakan ekspedisi JNE, JNT, & kantor Pos Indonesia, semua paket dikirim menggunakan pengiriman menggunakan paket hemat (*reguler*).

- [illegible]

Apabila sudah mendapatkan jumlah transfer maka segera transfer ke rekening BRI, BCA, BNI Syariah & Mandiri atas nama PT Bandung Eco Sinergi Teknologi.¹

8. Menggunakan produk dan brbagi manfaat produk *Sinergy*.
9. Mendapatkan komisi, bonus, dan reward dari perusahaan.

Operasional sistem *Multi Level Marketing* pada PT. Bandung Eco synergy Teknologi (PT.BEST) yang dimaksud *multi level marketing* memakai *Direct Selling* (penjualan langsung), yaitu sistem semakin banyak mimber maka keuntungan yang didapat juga sangat besar, karena sistem itu sendiri membentuk sebuah jaringan kerja (*Network*), dalam *marketing plan* PT.BEST terdapat dua cara yaitu 1). Menjadi *Reseller* (menjual produk dengan harga eceran); 2). *Direct Selling* (penjualan langsung).

Sistem operasional MLM *Sinergy* menggunakan sistem *break away*. Sistem yang memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline*-nya. Bonus *member* di awal karirnya kecil yakni senilai 150 ribu, maka biasanya perusahaan seperti ini mengandalkan penjualan produk dan perekrutan member. Di bisnis *Sinergy* tidak menutup kemungkinan bahwa *downline* bisa berpenghasilan lebih senilai 200 ribu bahkan bisa mendapatkan *reward* lebih dulu daripada *upline* yang telah mensponsorinya. jadi seorang *leader* tidak ada jaminan pendapatan, keuntungan, dan posisi yang akan diperoleh bila *leader* tidak melakukan kegiatan sponsoring, menjual produk-produk perusahaan. walaupun seseorang telah mencapai posis paling atas atau *upline*. Untuk

¹ Jubaidah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Februari 2020.

Dalam operasional bisnisnya, bisnis *Sinergy* sebagai perusahaan tidak serta merta membiarkan para *upline* bekerja dalam mencari member tanpa memberi bekal dan juga memberikan bimbingan kepada mitra melalui seminar atau *training*. Bonus yang diberikan kepada mitra berdasarkan usaha yang dilakukan mitra. Jika mitra tidak melakukan kegiatan pembelian produk dan tidak melakukan kegiatan *sponsoring*, maka tidak akan mendapatkan bonus. Misalnya yaitu andaikan *leader* Fahmi Muhammad mempunyai sebuah grup yang beranggotakan Iis siti Aisyah dan Novi Bayoumi maka otomatis Fahmi Muhammad mendapatkan komisi dan bonus pasangan. Fahmi Muhammad sebagai *leader* memberikan pelatihan atau bimbingan kepada Iis Siti Aisyah dan Novi Bayoumi secara berkesinambungan hingga akhirnya Iis Siti Aisyah dan Novi Bayoumi berhasil mencapai target. Dari kinerja yang dilakukan tersebut tentu akan melahirkan bonus yang akan didapatkan langsung oleh Iis Siti Aisyah dan Novi Bayoumi. Muhammad Fahmi juga akan mendapatkan bonus duplikasi yaitu ajak dua bantu dua.²

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau MLM Syariaah dalam fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 yang

[illegible]

[digilib.uinsby.ac.id](#)

- [illegible]

[illegible]

Produk *Sinergy* ini jelas atau riil karena terdapat barang yang bermanfaat bagi masyarakat luas, baik digunakan untuk diri sendiri maupun dijual ke orang lain.

Dari hasil penelitian yang telah diketahui bahwa produk *Sinergy* bersifat multi segmen atau dengan kata lain terdiri dari beberapa jenis mulai dari produk Additive bahan bakar, Additive bahan oli, Vitamin & Kecantikan, Kesehatan alami, Vitamin Ternak dan Pupuk Organik. Kesemua produk tersebut dipasarkan dengan merujuk pada visi *Sinergy* untuk mendukung masyarakat menjadi perusahaan yang bebas riba yang membantu umat untuk terbebas dari hutang dan riba. Oleh karena itu, bahan yang digunakan oleh *Sinergy* adalah bahan yang sudah mendapatkan sertifikasi uji Badan Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik (BPOM) Obat dan uji halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Jawa Barat.

Walaupun pada bagian kemasan dan produk yang dijual oleh PT. BEST sering ditemui hanya tercantum sertifikasi dari BPPOM. Namun, *Multi*

Dengan demikian menurut hasil penelitian yang dilakukan, syarat yang terdapat pada poin 2 fatwa MUI telah terpenuhi. Hal tersebut dapat dibuktikan sebagian besar produk PT. BEST yang dipasarkan telah terdapat sertifikasi halal yang baik dari MUI.

3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (judi), *riba* (bunga), *ḍarar* (bahaya), *ẓulm* (aniaya/merugikan salah satu pihak) dan maksiat.

[illegible]

memiliki oleh PT.BEST. Selain itu, pada setiap produk yang dijual, PT.BEST selalu berusaha untuk menampilkan informasi baik mengenai kandungan, bahan yang digunakan, proses pembuatan, hingga manfaat.

Gharar yang dimaksud dalam fatwa ini adalah transaksi yang tidak jelas, misalnya pada harga, jenis, spesifikasinya, ukuran dan sebagainya. Terdapat dalil yang menjelaskan tentang larangan jual beli *gharar* yaitu:

كُنْ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ (رواه الخمسة عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ)

Nabi SAW melarang jual beli dengan cara melempar batu dan dari jual beli gharar.³

Pada penelitian, peneliti menemukan brosur atau katalog, dan kemasan produk PT.BEST terdapat ukuran kemasan, kandungan. Selain itu, PT.BEST juga memberikan daftar harga sebagai acuan yang menerangkan ukuran atau takaran produk beserta harga. Dalam kode etik yang dimiliki oleh PT. BEST, tepatnya pada bab IV tentang Hak, Kewajiban, dan larangan mitra usaha, tepatnya pada pasal 13 poin (c) dijelaskan bahwa: “mitra usaha dilarang memberikan informasi tidak benar dan menyesatkan sehubungan kandungan, manfaat, petunjuk pemakaian, cara penyimpanan barang serta petunjuk-petunjuk lain berkaitan dengan barang tersebut yang diinformasikan dan dianjurkan oleh PT.BEST”.

³ DSN-MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah...*, 92.

Sehingga secara keseluruhan dari data yang telah penulis dapatkan dari perusahaan PT.BEST, dapat disimpulkan bahwa operasional bisnis PT.BEST

tidak terdapat unsur *gharar*, *riba*, *maysir*, *zulum*, *ḍarar*, dan maksiat. Dengan demikian pada poin 3 yang terdapat dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia telah terpenuhi.

4. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh.

Pada fatwa MUI, yang dimaksud dengan *excessive mark up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal lain diluar biaya. Pada harga produk di PT.BEST, perusahaan memukul rata harga paket yang mau diambil pada pendaftaran, dimana *member* bebas memilih jenis produknya, padahal produk pada perusahaan ini memiliki beberapa jenis produk dan tentu biaya produksi bahan baku dan pembuatannya juga pasti berbeda. Dan telah memiliki kualitas produk yang sudah dikenal luas oleh masyarakat sehingga pada diri setiap konsumen tidak ada yang dirugikan.

5. Komisi yang diberikan kepada anggota atau calon mitra bisnis oleh perusahaan, baik bentuk maupun besarnya harus diberikan atas dasar prestasi kerja nyata yakni terkait dengan hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra bisnis dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam bisnis Sinergy bahwa PT.BEST memberikan komisi, bonus & reward kepada mitra yang aktif dan mencapai target. Mulai bonus harian seperti bonus sponsor, bonus mingguan seperti bonus pengembangan & *Ulimited Flush Out*, bonus bulanan seperti reward

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*. Ighra' menurut DSN-MUI adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.

Sebagaimana dijelaskan dalam kode etik PT.BEST yakni bab IV pasal 13 poin O, P, & Q tentang larangan mitra usaha yang berbunyi bahwa : (O) Mitra usaha dilarang menampilkan produk PT.BEST bersama publik figur/artis tanpa seizin PT.BEST pada media apapun termasuk di dalamnya *socialmedia*, kanal komunikasi *Whatsaap* dan lainnya. (P) Mitra usaha dilarang dengan cara apapun melakukan manipulasi Rencana Komensasi PT.BEST atau volume penjualan dengan cara apapun yang mempengaruhi pembayaran bonus-bonus atau penghargaan-penghargaan dan pengakuan yang belum diperoleh berdasarkan ketentuan dalam Rencana Kompensasi PT.BEST. (Q) Mitra usaha dilarang untuk mempersentasikan Rencana Kompensasi PT. BEST sebagai kesempatan “menjadi kaya dalam sekejap”. Mitra usaha wajib mengungkapkan keuntungan, perolehan dan penjualan rata-rata dan prentasnya sebagaimana yang diterbitkan oleh PT.BEST dari waktu ke waktu.

Dari beberapa ayat yang dijelaskan diatas terlihat jelas bahwa meskipun perusahaan memberikan komisi atau bonus maka mitra usaha tetap harus menjalankan bisnis Sinergy sesuai kode etik dan tidak berlebihan guna hanya keuntungan diri semata.

- perusahaan maka ia yang akan mendapatkan hasil
nisi.⁵
- perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan
yang dilakukan tidak mengandung unsur yang
dah, *shariah*, dan akhlak mulia, seperti *shirik*, *kul*
ari hasil wawancara dan pernah mengikuti langsung
bahwa tidak ada bentuk penghargaan secara
bertentangan dengan syariah, akidah dan lain
member di PT.BEST dilakukan secara transparan.
am kode etik PT.BEST juga sebelumnya juga dije
22 tentang jenis-jenis pelatihan mitra usaha y
juga akan memberikan pelatihan kepada mitra

perusahaan maka ia yang akan mendapatkan hasil
nisi.⁵

perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan
yang dilakukan tidak mengandung unsur yang
dah, *shariah*, dan akhlak mulia, seperti *shirik*, *kul*
ari hasil wawancara dan pernah mengikuti langsung
bahwa tidak ada bentuk penghargaan secara
bertentangan dengan syariah, akidah dan lain
member di PT.BEST dilakukan secara transparan.
am kode etik PT.BEST juga sebelumnya juga dije
22 tentang jenis-jenis pelatihan mitra usaha y
juga akan memberikan pelatihan kepada mitra

perusahaan maka ia yang akan mendapatkan hasil
nisi.⁵

perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan
yang dilakukan tidak mengandung unsur yang
dah, *shariah*, dan akhlak mulia, seperti *shirik*, *kul*
ari hasil wawancara dan pernah mengikuti langsung
bahwa tidak ada bentuk penghargaan secara
bertentangan dengan syariah, akidah dan lain
member di PT.BEST dilakukan secara transparan.
am kode etik PT.BEST juga sebelumnya juga dije
22 tentang jenis-jenis pelatihan mitra usaha y
juga akan memberikan pelatihan kepada mitra

akan pembelanjaan, seputar teknis id kemitraan, dan pelatihan lanjutan khusus mitra *smenergy* untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial. (4) *Small Business Development* merupakan pelatihan untuk penguatan *spirituality* dilaksanakan sebulan sekali pada minggu keempat yang meliputi *fikriyah, ubudiyah, Muāmaah, mua'sharah, akhlak* dan *kehidupan sosial*. (5) *Small Business Development* seminar merupakan pertemuan nasional untuk simbolis penyerahan reward kepada mitra terbaik. Acara ini dilaksanakan paling cepat 4 bulan sekali.

- akan pembelanjaan, seputar teknis id kemitraan, dan pelatihan lanjutan khusus mitra *smenergy* untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial. (4) *Small Business Development* merupakan pelatihan untuk penguatan *spiritual* dilaksanakan sebulan sekali pada minggu keempat yang meliputi *akhlak, ibadah, ubudiyah, Muāmaah, mua'sharah, akhlak* dan *kehidupan berkeadilan*. (5) *Small Business Development* merupakan pertemuan nasional untuk simbolis penyerahan reward kepada mitra terbaik. Acara ini dilaksanakan paling cepat 4 bulan sekali.

Dan PT. BEST juga tidak memperbolehkan anggotanya memiliki lebih dari satu ID keanggotaan, bahkan jika ada mitra ada mendaftar berkali-kali mitra memiliki telah berstatus kawin, maka suami dan istri terdaftar dalam satu nomor keanggotaan yang sama. Jika memiliki keanggotaan yang ganda, maka perusahaan akan membatalkan keanggotaan yang baru dan hanya mengakui keanggotaannya yang lama.hal tersebut dijelaskan dalam kode etik PT. BEST bab III Pasal 1, 4, & 8 tentang peraturan pendafrann keanggotaan.

PENUTUP

Dari pembahasan praktik penjualan langsung berjenjang syariahnya MLM Syariah pada perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi menyimpulkan bahwa:

1. Praktik bisnis MLM *Sinergy* menggunakan sistem break away yang memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline-nya*.. untuk pendaftaran yaitu membayar uang pendaftaran sebesar 100 ribu untuk form pendaftaran, melakukan aktivitas akun pada wabsite *officeal*, membeli akumulasi *firs orde*, memanfaatkan fasilitas melakukan transfer dan jumlah ongkos kirim, selanjutnya menerima produk dan berbagi manfaat produk *sinergy* terakhir mendapatkan bonus, dan reward dari perusahaan.
2. Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia

1. Praktik bisnis MLM *Sinergy* menggunakan sistem break away. Sistem yang memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline-nya*.. untuk proses pendaftaran yaitu membayar uang pendaftaran sebesar 100 ribu, mengisi form pendaftaran, melakukan aktivitas akun pada wabsite *sinergy officel*, membeli akumulasi *firs orde*, memanfaatkan fasilitas *sinergy*, melakukan transfer dan jumlah ongkos kirim, selanjutnya menggunakan produk dan berbagi manfaat produk *sinergy* terakhir mendapatkan komisi, bonus, dan reward dari perusahaan.

Saran-saran yang dapat di berikan sehubungan dengan tinjauan ini sesuai dengan fatwa DSN MUI nomor 75/DSN MUI/VII/2009 pada *Level Marketing* (MLM) bisnis *Sinergy*.

1. *Multi Level Marketing* (MLM) *Sinergy* sudah melakukan pemasaran produk tingkat Nasional bahkan sampai Internasional sehingga diharapkan dapat segera mendaftar ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat, serta lebih sesuai dengan motto “Sinergy Go Berkah No Riba” dengan visi perusahaan yaitu menjadi perusahaan bebas riba yang membantu umat terbebas dari hutang dan riba.
2. Bagi masyarakat yang ingin berbisnis *Multi Level Marketing* disarankan untuk melihat terlebih dahulu bagaimana sistem penjualan yang diterapkan dalam suatu perusahaan agar bisa memilih bisnis untuk jangka panjang.

- Fauzi, Muhammad. *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang, Walisongo Prees, 2009.
- Harefa, Andreas. *10 Kiat Sukses Distributor MLM, Belajar dari AMWAY, CNI dan Herbalife*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Harefa, Andreas. *Multi Level Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, No. 4 Tahun 2000.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Jubaidah. *Wawancara*. Surabaya. 01 Februari 2020.
- Kementrian Agama RI. *Qur'an Hafalan dan Terjemahan*. Jakarta: almahira Cet 1, 2015.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Ketentuan Kegiatan Penjualan Berjenjang Pasal 1 ayat (1), 3.
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Pasal 20 ayat 6.
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah*. Jakarta: Qultum Media, 2005.
- Lubis, Suhrawardi K dan Farid Wadji. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Maas Putra, Tezar. *Wawancara*. Bandung. 25 Januari 2020.
- Majjah, Ibnu. *Sunan Ibnu Majah*, Juz 2. Mesir: Dar al-Fikr, Nomor hadis: 2269 , 2006.
- Mardalis, Ahmad dan Nur Hasanah, *Multi Level Marketing Perspektif Ekonomi Islam*, FALAH Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1No. 1. Februari, 2016.
- Moelong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Sigma, 1996.
- Muhammad, Abu Walid Ibn Ahmad Ibn Muhammad Ibn Ahmad Ibn Rusyd Al-Qurthubi, *Bidayatul Mujtahid Wa Nihayat Al- Muqtasid*, juz II. Dar Fikr. Beirut, 2008.
- Muhammad, Fahmi. *Wawancara*. Surabaya. 6 Februari 2020.
- Mujahidnimeis.Pedman-PLBS, <http://www.scribd.com>, diakses pada tanggal 12 November 2019.

- Musyafa'ah, Suqiyah dkk. *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam I*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Prees, 2013.
- Narbuko, Chalid & abu Achmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Noviyanto. *Bisnis MLM Investasi yang perlu diperhitungkan*. <https://koinworks.com/blog/bisnis-mlm-investasi-yang-perlu-diperhitungkan/>, diakses pada 18 Agustus 2020.
- Nurkholis. *Wawancara*. Bandung. 01 Maret 2020.
- PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi, “profil, visi-misi” www.sinergy-word.com diakses pada tanggal 05 November 2019.
- Rahmawati, Anita. *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Prespektif Islam*. Jurnal-STAIN Kudus, Kudu, 2014.
- Reztu Angreni J, Putri. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT.K-Link Indonesia Cabang Makassar*. Sikripsi-Universitas Hasanuddin, Makassar, 2016.
- Rozalinda. *fikih Ekonomi Syariah, Prinsip Implemntasinyan pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2017.
- Saed, Abdullah. *Menyoal Bank Syariah: Kritik Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*, Terjemah. Arif Maftuhin. Jakarta: Paramadina, 2004.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Prees, 2011.
- Sri Nurhayati, Sri & Wasilah. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Tim Penulis Fakultas Syariah dan Hukum. *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.

