

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum agama Islam meliputi dua ajaran pokok, yaitu akidah dan syariah. Akidah mengatur masalah-masalah apa yang harus diyakini manusia meliputi iman kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, Rasul-rasul-Nya, kitab-kitab-Nya, hari kiamat dan percaya pada qadha dan qadar. Syariah merupakan aturan yang mengatur tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan amal perbuatan manusia, meliputi ibadah dan muamalah. Ibadah merupakan hukum-hukum yang mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia.

Kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal menjalankan tugasnya sebagai khalifah untuk memakmurkan bumi yakni suatu tugas yang tidak dapat diemban oleh semua makhluk meskipun malaikat sebagai hamba Allah SWT yang taat menjalankan perintah-Nya. Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaan-Nya yang lain untuk dalam melaksanakan kekhalfahannya itu. Perbedaan tersebut diberikan pada manusia antara lain seperti akal, nafsu, naluri, ilmu dan agama. Dengan kelebihan tersebut segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia memiliki aturan pokok yang telah diatur di dalam syari'at Islam.¹

Dengan beriringnya waktu dunia semakin maju dan berkembang dengan system teknologi yang canggih dan system perekonomian dunia yang lebih

¹ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fikih*, Cet ke-3, (Jakarta: Pranada Media Group, 2010), 175.

modern. Kaum kafir memang masih menguasai ekonomi, bisnis dan perdagangan dunia. Umat Islam masih jauh ketinggalan, bahkan semakin terpuruk, tidak bisa berbuat banyak, jangankan untuk mengamalkan dan mempraktikkan hukum-hukum Islam, pengetahuan tentang hukum-hukum Islam saja masih banyak umat islam yang belum mengerti.

Istilah Multi Level Marketing (MLM) dikenal pada awal tahun 1980an di Indonesia, dan tepatnya pada tahun 1984 yang pada waktu itu APLI menjadi suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung, termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (Multi Level Marketing) di Indonesia. Beberapa tahun ini, MLM semakin marak dan banyak diminati orang, lantaran perdagangan dengan sistem MLM ini menjanjikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu ruwet.

Perkembangan bisnis Multi Level Marketing menjadi semakin pesat. Menurut laporan tabloid Network Indonesia dalam edisi Agustus 2001 terhitung ada sekitar 101 jenis bisnis Multi Level Marketing di Indonesia. Bisnis Multi Level Marketing terdiri dari beranekaragam, mulai dari produk, cara pemasaran, keuntungan yang ditawarkan kepada para membernnya, hingga status keanggotaan perusahaan tersebut, baik perusahaan resmi (Multi Level Marketing asli) maupun perusahaan illegal yang mengaku sebagai Multi Level Marketing). Jumlah bisnis *Multi Level Marketing* yang banyak ini akan mengakibatkan persaingan yang ketat dalam menggaet member barunya. Berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki akan dikerahkan semaksimal mungkin.

Perkembangan bisnis MLM di Indonesia terdapat pro kontra di antara para ulama ahli fiqih, hingga Majelis Ulama Indonesia juga aktif memberikan kepastian status hukum terhadap perdagangan berbasis MLM yang menjamur di Indonesia.

Sebagai sebuah sistem universal, Islam juga mengatur bagaimana cara bisnis yang baik dan sesuai dengan tuntunan agama. Banyak lembaga bisnis mengalihkan sistem bisnisnya dengan ke dalam sistem bisnis islami yang dikenal dengan istilah ekonomi syariah. Pada saat sekarang ini sistem bisnis Islami tersebut sangat digemari masyarakat. Terbukti menjamurnya perusahaan-perusahaan yang berazaskan syariah. Perusahaan Herba Penawar Al Wahida (HPA) adalah salah satu perusahaan Herba yang berazaskan syariat.

Perusahaan Herba Penawar Al Wahida (HPA) adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan dengan memakai sistem penjualan *Multi Level Marketing* Syariah yang telah dikaji oleh panel syariah yaitu sebuah kajian dan pemantauan yang dilakukan oleh para ulama untuk memastikan jual beli pada perusahaan tersebut telah berjalan sesuai dengan tuntunan syariat, yang fokus kepada konsumen muslim yang memiliki standarisasi produk yaitu halal dan *toyyib*.²

Secara sederhana yang dimaksud dengan *multi level marketing* adalah suatu konsep penyaluran barang yang memberi kesempatan kepada para konsumen, untuk terlibat sebagai penjual dan menikmati keuntungan di dalam

² Safitri Handayani, Tesis, *Penerapan Syari'at Islam Pada Sistem Multi Level Marketing HPA di Pekanbaru*, (Pekanbaru, 2007), 4.

garis kemitraannya atau sponsorisasi.³ Sedangkan dalam pengertian yang lebih luas multi level marketing adalah salah satu bentuk kerja sama dalam bidang perdagangan atau pemasaran suatu produk atau jasa yang dengan sistem ini diberikan kepada setiap orang kesempatan untuk mempunyai dan menjalankan usaha sendiri.⁴

Sistem pemasaran *multi level marketing* menganggap seluruh anggota atau distributornya sebagai mitra kerja yang akan saling menguntungkan. Setiap orang yang bergabung dapat mengkonsumsi produk dengan potongan harga, sekaligus dapat menjalankan kegiatan usaha sendiri dengan cara menjual produk atau jasa dan mengajak orang lain untuk ikut bergabung. Setiap orang yang berhasil diajak dan bergabung akan memberikan manfaat dan keuntungan kepada yang mengajaknya dengan memakai sistem persentase atau bonus. Konsep multi level marketing pertama kali dikembangkan oleh orang Amerika yang memasarkan produk Nutrilite pada tahun 1930-an. Oleh karena itu banyak orang yang beranggapan bahwa multi level marketing adalah konsep Yahudi, padahal sebenarnya itu sistem Islam⁵ yang dianalogikan dengan konsep dakwah yang dipraktekkan Rasulullah Saw dalam menyebarkan agama, kemudian dipindahkan ke bisnis. Dalam Multi Level Marketing member yang kedua (downline) masuk akan memberi keuntungan kepada member pertama (upline), demikian terhadap member kedua (downline) member tersebut mendapatkan peluang usaha untuk

³ Suhrawardi K, *Lubis, Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), 170.

⁴ *Ibid.*

⁵ Tarmizi Yusuf, *Bagaimana Memahami Bisnis Multi Level Marketing*, (Tangerang: Yamani dan Awab Printing Design, 2002), 43.

mendapatkan keuntungan melalui bonus maupun hasil penjualan produk, dan member kedua (downline) juga akan terus mendapatkan motivasi dari member pertama (upline) tentang permasalahan yang berhubungan dengan Herba Penawar Al Wahida (HPA). Jadi ada hubungan timbal balik antara kedua belah pihak yang saling menguntungkan.

Firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

“...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ...”

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan taqwa, janganlah kamu tolong menolong dalam melakukan perbuatan dosa dan permusuhan”..⁶ (QS. Al-Maidah: 2).

Perusahaan Herba Penawar Al Wahida (HPA) Industries Sdn. Bhd, berdiri di Malaysia pada bulan September 1987, namun diresmikan pada tanggal 15 Juli 1995 setelah 8 tahun beroperasi. Dan telah memiliki produk yang di pasarkan lebih kurang 80 jenis produk, seperti, Habbatussauda untuk daya tahan tubuh, kopi radix, minyak but-but, minyak zaitun dan banyak lagi jenis lainnya yang berguna untuk berbagai penyakit.

Pada tahun 1999 perusahaan Herba Penawar Al Wahida (HPA) Industries Sdn.Bhd, mengalami pasang surut akibat krisis ekonomi Herba Penawar Al Wahida (HPA) sempat oleng dan tidak mampu lagi menggaji karyawan selama 3 bulan bahkan 250 karyawan hanya 100 orang yang bertahan. Tahun 1999 HPA mengeluarkan produk baru, tidak hanya herbal tapi produk lain yang berkualitas

⁶ Mamud Yunus, *Tafsir Qur'an Karim* (Jakarta, PT. Hidakarya Agung: 2004), 144.

dan halal yaitu radix fried chicken, radix cola, perhotelan. Radix fried chicken sekarang telah ada di Bandung. Tahun 2000 Herba Penawar Al Wahida (HPA) masuk ke Indonesia. Tahun 2003 HPA memperlihatkan kemajuan setelah itu HPA melaju pesat hingga sekarang.⁷

Tahun 2009 perusahaan Herba Penawar Al Wahida (HPA) berubah nama menjadi PT. AL WAHIDA INDONESIA tepatnya di Jakarta kemudian berganti lagi menjadi PT. AL WAHIDA MARKETING INTERNASIONAL dan telah membuka cabang di beberapa Provinsi.⁸ Sejak masuk ke Indonesia pada sekitar tahun 80-an jaringan bisnis penjualan langsung atau (*Direct selling*) MLM terus marak subur dan menjamur dan bertambah merebak lagi setelah adanya badai krisis moneter dan ekonomi. Pemain yang terjun di dunia MLM yang memanfaatkan momentum dan situasi krisis untuk menawarkan solusi bisnis pemain asing maupun lokal.

Kemunculan tren strategi di dunia bisnis modern berupa multi level marketing memang sangat menguntungkan pengusaha dengan adanya penghematan biaya (*minimizing cost*) dalam iklan, promosi dan lainnya. Jasa perantara penjualan ini (makelar) dalam terminology fikih disebut “samsaran/simsar” ialah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli) atau perantara antara penjualan dan pembeli untuk memudahkan jual-beli.⁹

⁷ Starterkit PT. Alwahida Marketing Internasional, *Profil Perusahaan*,. 2.

⁸ *Ibid*, 3.

⁹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 103.

IFANCA (*The Islamic Food and Nutrition of America*) telah mengeluarkan edaran tentang produk MLM halal dan M. Munir Chaudry, Ph.D, selaku Presiden IFANCA mengingatkan umat Islam untuk meneliti dahulu kehalalan suatu bisnis MLM sebelum bergabung ataupun menggunakannya yaitu dengan mengkaji aspek sebagai berikut :

1. *Sistem Marketingnya*, apakah ada unsur skema piramida atau tidak. Kalau ada unsur piramida yaitu distributor yang lebih dahulu masuk selalu diuntungkan dengan mengurangi hak distributor berlangganan sehingga merugikan *down line* di bawahnya. Maka hukumnya haram.
2. Apakah produknya mengandung zat-zat haram ataukah tidak dan apakah produknya memiliki jaminan untuk dikembalikan atau tidak.
3. Apabila perusahaan lebih menekankan aspek targeting penghimpunan dana dan menganggap bahwa produk tidak penting ataupun hanya sebagai kedok atau kamufase, apalagi uang pendaftarannya cukup besar nilainya, maka patut dicurigai sebagai arisan berantai (money game) yang menyerupai judi.¹⁰
4. Apakah perusahaan MLM menjanjikan kaya mendadak tanpa bekerja ataukah tidak demikian.
5. Tidak adanya eksploitasi pada jenjang mana pun antar distributor ataupun antara produsen dan distributor, terutama dalam pembagian bonus yang merupakan cerminan hasil usaha masing-masing anggota.

¹⁰ *Ibid.* 121.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bagian latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* (HPA)?
2. Bagaimana sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* (HPA) dalam prespektif hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian tentang Multi Level Marketing mempunyai tujuan :

1. Mendiskripsikan mengenai sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* (HPA).
2. Mendiskripsikan mengenai sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* (HPA) dalam prespektif Hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah Ilmu Pengetahuan yang lebih mendalam tentang Multi Level Marketing (MLM).
 - b. Sebagai bahan refrensi bagi peneliti yang lain yang ingin melakukan penelitian dengan materi penelitian ini.
2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menghasilkan suatu kesimpulan atau saran-saran terhadap masalah yang dihadapi oleh *Multi Level Marketing* HPA pada cabang Bangkinang
- b. Menjadi bahan pertimbangan atau masukan bagi semua pihak yang terkait dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* HPA yang sesuai dengan syari'at islam khususnya pada cabang Bangkinang.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pertama, bab ini mengemukakan tentang latar belakang masalah pemilihan judul Bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* Dalam Prespektif Hukum Islam, kemudian terdapat rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, metode penelitian yang digunakan oleh penulis, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pertama, bab ini berisikan kajian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai referensi sementara yaitu jurnal dan buku-buku untuk membedakan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu untuk menghindari terjadinya plagiasi.

Kedua, bab ini berisi uraian mengenai Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli, Pengertian Jual Beli, Syarat-syarat Jual Beli, Rukun Jual Beli, Macam-macam jual beli yang haram dan tidak sah, Jual Beli yang sah tetapi dilarang, Hukum Jual Beli. Kemudian juga berisikan uraian tentang pengertian bisnis *Multi Level Marketing*, Dasar Hukum Bisnis *Multi Level Marketing*, Mekanisme Kerja

Sistem Bisnis *Multi Level Marketing*, Perbedaan Bisnis *Multi Level Marketing* Syari'ah dan Konvensional.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metodologi yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data dan analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data-data yang konkrit.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan dan hasil analisa data-data yang dilakukan di lapangan mengenai hasil penelitian meliputi:

Pertama, pembahasan sistem *Multi Level Marketing Herba Penawar Alwahida* pada cabang Bangkinang.

Kedua, analisis sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* (HPA) yaitu pembahasan yang berhubungan dengan HPA seperti sejarah berdirinya HPA, visi dan misi, produk-produk yang dijual, dan pembagian bonus oleh HPA.

Ketiga, analisis sistem kerja bisnis *Multi Level Marketing Herba Penawar Al Wahida* dalam prespektif hukum islam yaitu dengan menganalisis dan mengkaji apakah sistem yang digunakan oleh HPA sudah sesuai dengan syariat islam atau mungkin bertentangan dengan syariat.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban umum dari permasalahan yang ditarik dari hasil penelitian dan saran-saran yang ditujukan bagi pihak-pihak terkait dengan permasalahan penelitian.