

BAB III

SISTEM JUAL BELI DALAM MULTILEVEL MARKETING

A. Gambaran Umum Tentang *Multilevel Marketing*

1. Pengertian *Multilevel Marketing*

Multilevel Marketing atau biasa di singkat MLM (Pemasaran bertingkat), yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang di bangun secara berjenjang dengan mempromosikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

Jadi, *Multilevel Marketing* adalah konsep penyaluran barang (produk atau jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya. Dengan kata lain MLM sebuah metode pemasaran barang dan jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang atau jasa yang di lakukannya sendiri dan hasil anggota kelompoknya.

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain, di antara ciri-ciri khusus yang membedakannya adalah terdapatnya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya. Dalam sistem ini calon

distributor semacam membeli hak untuk merekrut anggota baru, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualan mereka sendiri maupun dari hasil penjualan anggota yang di rekrut (downline) di dalam organisasi jaringannya.¹

1. Sejarah Singkat *Multilevel Marketing*

Multilevel Marketing ditemukan oleh dua orang professor pemasaran dari Universitas Chicago pada tahun 1940-an. Produk pertaman yang dijual adalah vitamin dan makanan tambahan Nutrilite.

Saat itu, Nutrilite Products Inc. merupakan salah satu perusahaan di Amerika yang dikenal telah menggunakan metode penjualan secara bertingkat. Dengan modal awal yang relatif tidak besar, seorang tenaga penjual biasanya mendapatkan penghasilan melalui dua cara. *Pertama*, keuntungan diperoleh dari setiap program makanan tambahan yang berhasil dijual ke konsumen. *Kedua*, dalam bentuk potongan harga dari jumlah produk yang dijual oleh distributor yang direkrut dan dilatih oleh seorang tenaga penjual dari perusahaan.

Rancangan penjualan perusahaan itu menarik perhatian Rich Devos dan Jay Van Andel. Dua pemuda dari Michigan ini memutuskan bergabung sebagai tenaga penjual. Hasilnya dalam kurun waktu sembilan tahun mereka tidak hanya menikmati keuntungan dari menjual produk Nutrilite, tapi yang paling melekat dalam benak mereka adalah kehebatan konsep penjualannya. Suatu konsep yang

¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, (Depok: Qultummedia, 2005), hlm. 17.

merupakan dasar dari terbentuknya Amway Corporation di kemudian hari.

Pada pertengahan tahun 1950, organisasi dalam perusahaan Nutrilite mengalami guncangan. Momentum ini merupakan awal berdirinya Amway pada tahun 1959, Amway didirikan oleh Rich Devos dan Jay Van Andel, berdasarkan suatu keyakinan, bahwa kesuksesan memasarkan suatu produk adalah menjualnya secara langsung kepada pelanggan. Berdasarkan pengalaman berharga yang diperoleh dari Nutrilite. Merekan memulai usaha sederhana dengan menempati sebuah gudang di kota Michigan, dengan produk awal LOC (Liquid Organic Clean), suatu cairan pembersih *biodegradable* yang aman untuk lingkungan. Usaha ini kemudian berkembang menjadi Amway Corporation, sebuah perusahaan berskala internasional di 80 negara teritorial.

MLM sendiri mulai tumbuh diluar Amerika Serikat pada tahun 1960-an. Dalam waktu yang singkat, ia berkembang pesat sebagai bagian dari industri penjualan langsung. Selama puluhan tahun MLM ini terbukti merupakan cara yang sangat sukses memberikan penghasilan yang layak kepada pelanggan secara langsung. Kesuksesan ini terlihat nyata ketika pada tahun 1972 Amway membeli Nutrilite Inc. yang memproduksi vitamin dan makanan tambahan bermutu. Seperti halnya semua bentuk penjualan langsung metode ini memberikan kesempatan kepada ribuan orang yang mungkin

terabaikan atau tidak terserap di pasar tenaga kerja. MLM merupakan cara yang cukup sederhana dan tidak mahal bagi siapa saja yang ingin belajar tentang dasar bisnis dan manajemen penjualan.²

Beberapa MLM lain kemudian bermunculan di berbagai Negara, termasuk di Indonesia. Untuk Indonesia, perusahaan lokal pelopor bisnis ini adalah PT. Centra Nusa Insancemerlang (CNI) yang berdiri di Bandung. Dengan jumlah penduduk lebih dari 200 juta jiwa, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan bisnis ini. Kini konsumen atau pelaku bisnis MLM Indonesia telah mencapai angka 4-5 jutaan. Mereka bergabung ke dalam 200 perusahaan MLM. Baik perusahaan lokal maupun asing. Keberadaan usaha-usaha ini sangat beragam, baik dari sisi produk, sistem, izin usaha, dan keanggotaannya pada Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).

Akhir-akhir ini, perkembangan bisnis MLM diramaikan pula oleh hadirnya MLM berbasis syariah. Keberadaan MLM syariah di tanah air menjadi penting artinya, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Bagi kalangan muslim, mereka lebih memilih untuk melakukan kegiatan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam, apalagi masih merebaknya kontroversi tentang bisnis ini.³

2. Sejarah Singkat Sophie Paris

² Agustaman, *op. cit.*, hlm. 24.

³ Kuswara, *op. cit.*, hlm. 77.

Sophie Martin adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang aksesoris dan fashion. Bisnis ini dimulai sejak tahun 1994 di Jakarta. Perusahaan ini kini mempekerjakan sekitar 500 orang di lebih dari 10 negara, seperti: Indonesia, India, Korea, Italia, dan Perancis untuk membuat garment, tas, sepatu, perhiasan kostum dan kosmetik. Produk Sophie dijual melalui skema Pemasaran Multi-Level dengan katalog baru yang diterbitkan setiap 40 hari. Kini, Sophie memiliki lebih dari 1 juta anggota aktif yang menjual lebih dari 50.000 produk sehari. Cabang perusahaan telah dibuka di negara Filipina, Vietnam dan Maroko. Sophie juga memiliki situs resmi untuk menawarkan berbagai produknya yaitu SophieMartinIndonesia.com yang memiliki visi untuk menjadi toko online produk Sophie Martin bagi para Sophieholic yang menginginkan belanja secara praktis, nyaman, cepat, dan aman.

Meskipun pada setiap katalognya terdapat kesan Paris pada perusahaan ini, namun perusahaan ini asli lahir di Indonesia. Merk Sophie Martin berasal dari nama istri dari Bruno Hasson yang merupakan pendiri bisnis ini. Sophie ini dulunya pernah bekerja sebagai desainer tas ternama Christian Dior. Pada tahun 1997, Sophie dan Bruno mendapat tugas di sebuah perusahaan perancis yang ada di Indonesia. Meskipun awalnya mereka tidak berniat berlama-lama di Indonesia, pasangan ekspatriat ini mencium peluang bisnis untuk memasarkan keterampilan Sophie dalam merancang tas. Bruno yang mempunyai skill marketing yang baik kemudian mempekerjakan

seorang tukang jahit di loteng rumah mereka untuk merintis Sophie Martin.

Produk yang pertama diluncurkan adalah tas. Ternyata tas-tas yang dipromosikan dari mulut ke mulut tersebut, mendapat respon positif. Sejak itu mereka melebarkan sayap di dunia fashion. Dengan menambahkan kata 'Paris', merek ini berhasil mengecoh banyak konsumen.

3. Latar Belakang Praktik *Multilevel Marketing*

Semua bisnis termasuk menggunakan sistem MLM dalam literatur syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalah yang di dalamnya termasuk kategori muamalah yang dibahas dalam bab al-muyu` (jual-beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqih (*al-ashu fil asya` al-ibadah*; hukum asal segala sesuatu termasuk muamalah adalah boleh) selama bisnis itu bebas dari unsur haram seperti riba, gharar, dharar, dan jahalah. Disamping barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal. Persoalan MLM mengenai hukum halal atau haramnya maupun syubhatnya tidak bisa di pukul rata. Tidak dapat ditentukan masuk atau tidaknya perusahaan MLM itu dalam anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) juga tidak dapat di monopoli oleh pengakuan sepihak sebagai perusahaan syaiah atau bukan, melainkan bergantung

sejauh mana dalam praktiknya setelah dikaji dan dinilai sesuai syariah.⁴

Dalam sifat ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi *rabbani* dan *insani*. Disebut ekonomi *rabbani* karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai Ilahiah, dikatankan sebagai ekonomi *insani* karena dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia. Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu termasuk kepemilikan alat produksi. *Pertama* kepemilikan individu dibatasi oleh kepentingan masyarakat, *kedua* Islam menolak setiap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah apalagi usaha yang menghancurkan masyarakat.⁵

Dalam suatu bisnis, termasuk di dalamnya adalah bisnis MLM kita harus mengedepankan bisnis yang Islami yang bisa kita artikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya termasuk profitnya, namun di batasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram), harta di kategorikan sebagai sesuatu yang di manfaatkan dalam suatu perkara yang legal menurut hukum Islam.⁶

Apabila membaca tulisan- tulisan dari para fuqaha (ahli hukum Islam), akan ditemukan teori-teori ekonomi modern yang merupakan

⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 101.

⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Ecomomics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 94.

⁶ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 18.

hasil replikasi dari pemikiran ekonom muslim yang saat ini cocok dengan sistem ekonomi syariah. Oleh karena itu sikap warga masyarakat Islam terhadap ilmu ekonomi ekonomi yang datang dari barat jangan terlalu terpesona bahwa ilmu dimaksud tidak sesuai dengan ajaran Islam, melainkan perlu kembali memperhatikan kitab-kitab fiqih klasik Islam yang bila di gali secara mendalam akan ditemukan teori teori ekonomi syariah sehingga bisa di kondisikan ke ekonomi modern.⁷

Tidak hanya di kalangan umum, bisnis yang masih banyak menimbulkan pro dan kontra. Selain kerap di anggap illegal, setelah satu dekade keberadaannya. Bisnis MLM masih saja menyulut kontroversi. Pro dan kontra keberadaannya masih terus berlangsung. Di media orang silih berganti memberikan komentar tentang MLM.

Selain kontroversial, MLM adalah satu di antara jual beli yang sering kali di salah persepsikan. Parahnya, bukan hanya di masyarakat kalangan awam, salah persepsi juga terjadi di kalangan orang-orang kota yang terdidik. Boleh jadi banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat tentang MLM. Beberapa kasus *money game*, arisan berantai, penggandaan uang yang membawa nama MLM sangat mungkin menjadi sumber penyebabnya. Apalagi masyarakat

⁷ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 63.

kerap kali tidak memperoleh informasi yang memadai tentang MLM, sehingga tidak memiliki persepsi yang tepat untuk membedakannya.⁸

Hal ini tidak mengherankan karena pakar pemasaran pun belum banyak yang memahami seluk beluk MLM secara tepat. Sebagian besar malah masih terkungkung dengan paradigma pemasaran konvensional yang terbentuk sebelum era “*network marketing*” saat ini. Di perguruan tinggi saja sampai saat ini belum ada yang mengkaji MLM secara khusus. Sayangnya, terkadang ada saja orang yang seolah-olah paham tentang bisnis ini kemudian memberi komentar di media, kalau tidak hati-hati sangat mungkin malah akan menambah kabur persepsi masyarakat. Apalagi jika tanpa pengamatan langsung dan tanpa literatur yang memadai dan tanpa jurnalistik yang benar.

Tentu saja, persepsi kurang tepat ini sangat mungkin muncul dari perusahaan MLM itu sendiri, selain karena adanya kasus yang membawa-bawa nama MLM harus kita ketahui bahwa ada beberapa usaha MLM yang kurang profesional. Inilah hal pertama yang harus kita perbaiki sehingga salah persepsi yang menimbulkan pro dan kontra akan terjawab dengan perbaikan dari sistem manajemen MLM itu sendiri.⁹

Diantara nilai-nilai terpenting sebagai landasan transaksi adalah kejujuran, hal itu merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang menonjol dari orang-orang yang beriman, tanpa kejujuran

⁸ Kuswara, *op. cit.*, hlm. 77.

⁹ *Ibid.*

kehidupan yang agamis tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, kebohongan adalah cabang dari pangkal kebohongan, manipulasi, dan mencampur adukkan kebenaran dengan kebatilan. Berdusta dalam menerangkan spesifikasi barang dan mengunggulkannya atas yang lainnya.¹⁰

B. Proses Akad dan Transaksi *Multilevel Marketing*

Hal yang pertama adalah perlu kita ketahui bahwa Allah menciptakan manusia untuk menjadi makhluk sosial. Artinya manusia membutuhkan sesamanya untuk bertukar pikiran dan berinteraksi dalam mencukupi segala kebutuhannya. Adapaun caranya dapat melalui jual-beli, kerjasama, atau hal lain yang dapat menyatukan manusia dalam suatu komunitas yang tidak terpisah. Jadi jika manusia hidup secara individual maka ia akan merasakan kesulitan dalam melaksanakan kehidupannya.¹¹ Sama seperti prinsip dari MLM yang sistem kerjanya berdasarkan interaksi antar kelompok yang menghasilkan suatu anggota jaringan kerja.

Akad didalam MLM haruslah jelas supaya tidak ada kesalah fahaman di kemudian hari akad itu di ucapkan seorang dengan dikaitkan dengan sesuatu, dalam arti apabila kaitan itu tidak ada maka akadpun tidak jadi baik dikaitkan dengan wujudnya sesuatu baik di kaitkan hukumnya atau di tangguhkan pelaksanaannya hingga waktu tertentu karena akad adalah salah satu sebab yang di tetapkan syara` yang karenanya timbullah beberapa hukum. Dengan kita memperhatikan takrif akad, dapatlah kita mengatakan bahwa

¹⁰ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 33.

¹¹ Syekh Ali Ahmad Al-Jarjawi, *Indahnya Syariat Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), hlm. 437.

akad itu adalah suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan persetujuan masing-masing.¹²

Untuk mendapatkan data dan kelengkapan penelitian serta validitas yang lebih lengkap penulis juga melakukan wawancara kepada Melly Anggraini seorang penjaga counter sekaligus member Shopie Paris (*Multilevel Marketing*) berjenis kelamin perempuan dan berusia 18 tahun. Ia memaparkan berbagai hal mengenai bisnis dan sistem *Multilevel Marketing* sebagai berikut:

1. Tentang Penjualan Produk

Dalam menjual produk perusahaan member tidak boleh menitipkan di tempat umum, misalnya dititipkan di toko, warung, swalayan, atau tempat lain. Produk hanya boleh dijual melalui member ke member, atau langsung di jual ke konsumen non member. Selain itu produk dapat juga dipromosikan melalui internet dengan membuat website atau blog khusus. Dan penjualan atau harga produk yang di pasarkan antara member dan non member memiliki selisih harga.

2. Perekrutan Anggota

Perekrutan anggota (member), untuk merekrut anggota baru ini dapat melalui berbagai cara, yaitu: mengajak secara langsung atau dapat melalui internet dan sosial media. Untuk member baru harus sudah mempunyai KTP. Apabila member ingin memperluas jaringannya maka harus mengembangkan jaringannya dengan cara merekrut anggota baru.

¹² Teungku Muhammad Hasby Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2009), hlm. 25.

3. Modal Awal

Modal awal untuk bisa bergabung menjadi anggota member MLM shopie paris adalah sebesar Rp. 60.000,- setelah menjadi member maka akan mendapatkan 1 tas dan 3 buku panduan member. Member yang telah mempunyai jaringan (upline) maka berkewajiban memberikan pembinaan tentang sistem kerja, cara penjual produk, dan lainnya yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Setiap downline mempunyai kewajiban yang sama dengan upline- nya.

4. Sistem Pembagian Komisi

Sistem pembagian komisi , pembagian setiap komisi tergantung dari kerja masing masing member, bukan berarti yang telah bertahun-tahun bergabung dengan Shopie Paris maka akan mendapatkan bonus banyak juga. Bonus ini didapatkan tergantung banyak sedikit nya produk yang dijual oleh setiap membrnya. Member yang melakukan perekrutan member baru maka akan langsung mendapatkan bonus senilai Rp.25.000 . bonus bisa bertambah sesuai dengan kinerja masing- masing member. Member menjual produknya dalam jumlah yang sedikit maka bonus yang didupatkannya akan sedikit pula. dengan begitu setiap member akan mendapatkan insentif sesuai porsinya masing-masing tanpa mengurangi bonus member lainnya. Setiap member berhak mendapatkan keuntungan sesuai dengan kententuan yang telah ditentukan dari perusahaan.

5. Keuntungan dan bonus

Keuntungan mitraniaga, keuntungan yang dapat diperoleh langsung dari hasil penjual ke konsumen (non-member). Perhitungan diperoleh dengan selisih antara harga konsumen dengan harga mitraniaga. Setiap produk yang diperjualkan memiliki selisih harga yang berbeda-beda. Keuntungan dari rabat ini sekitar 30% dari penjualan produk.

Hadiah bulanan, keuntungan ini merupakan bonus/hadiah yang diberikan kepada membernnya setiap bulan apabila telah sesuai target. Target yang dimaksud adalah target penjualan produk bukan target perekrutan anggota.

Bonus lainnya yang bisa diperoleh adalah bonus liburan, bonus sepeda motor, bonus berupa produk-produk dari Shopie Paris dan bonus uang tunai. Bonus tersebut diberikan kepada member yang telah target.¹³

Dilihat dari jenisnya, menurut penulis jual beli *Multilevel Marketing* ini menerapkan beberapa akad jual beli. yaitu:

Pertama, menerapkan jual beli *murabahah*, yaitu menjual barang sesuai sesuai dengan harga pembelian, dengan menambahkan keuntungan tertentu.¹⁴ Dalam transaksi jual beli melibatkan penjual, pembeli, dan obyek transaksinya. Yang melakukan transaksi jual beli ini adalah para member atau konsumen non member yang membeli produk dari perusahaan tersebut.

¹³ Hasil Wawancara dengan Melly Anggraini, Tanggal 11 September 2015, Pkl 13.30 Wib.

¹⁴ Wahbah Al-Zuhaily, *op. cit.*, hlm. 357.

Kedua, menerapkan jual beli atau akad *ja`alah*. Yaitu sesuatu yang diberikan sebagai upah karena telah melakukan dan mengerjakan sesuatu.¹⁵ dalam hal ini Member yang telah melakukan penjualan produk dan perekrutan anggota maka akan mendapatkan bonus berupa uang atau produk dari perusahaan tersebut.

Ketiga, menerapkan jual beli *ijarah* sebagai jual beli jasa (upah-mengupah) yakni mengambil tenaga manusia yakni mengambil manfaat dari barang.¹⁶ Dalam hal ini member sebagai tenaga pendistribusi barang sekaligus sebagai tenaga pemasar. Yang menjadi obyeknya adalah jasa para member sebagai pemasar produk perusahaan ke konsumen.

Keempat, menerapkan Jual beli *tauliyah*, yaitu menjual barang sesuai dengan modal yang dilekluarkan tanpa mengambil keuntungan sedikitpun, seolah-olah penjual hanya ingin memindahkan barang dagangan yang telah dibelinya.¹⁷ Dalam hal ini seorang calon anggota member yang hendak bergabung dengan perusahaan tersebut.

Setelah penulis menganalisis tentang praktek jula-beli dengan sistem *Multilevel Marketing*, dengan melalui beberapa metode yang ditempuh, akhirnya diperoleh data-data yang ada, diantaranya adalah wawancara, selain melakukan wawancara dengan member MLM mengenai bagaimana penjelasannya mengenai sistem *Multilevel Marketing*, Penulis juga melakukan wawancara dengan konsumen non

¹⁵ Abdul Aziz Muhammad Azam, *op. cit.*, hlm. 331.

¹⁶ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), hlm. 121.

member yang membeli produk MLM dan pendapat masyarakat mengenai *Multilevel Marketing*. Berikut data yang telah penulis rangkum:

1. Pendapat Konsumen Member dan Non Member

Rina Nur Safitri Rina Nur Safitri seorang warga Desa Troso Kecamatan Pecangaan yang berumur 20 tahun dan beragama Islam. Pekerjaan sehari harinya adalah penjual pulsa dan ia adalah anggota member MLM Shopie Paris. Ia sudah menjadi anggota member MLM Shopie Paris sudah 2 tahun. Menurutnya banyak manfaat yang diperoleh jika ikut bergabung dengan multilevel marketing, diantaranya adalah bonus perekrutan, bonus bulanan jika ia sesuai target penjualan, dan apabila di produknya dipakai sendiri menurutnya lebih hemat karena jika seorang member membeli produk maka harganya lebih murah. Selain beberapa keuntungan yang diperoleh yang paling menarik menurutnya ialah bisa belajar tehnik dan strategi dalam marketing.¹⁸

Tanggapan positif serupa juga di ungkapkan oleh Tina Sulistyowati, seorang konsumen non member yang sering membeli produk dari MLM, produk yang ia beli berupa tas, sepatu dan dompet. Dia hanya di beri sebuah katalog, kemudian calon konsumen memilih produk yang menurutnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Jika telah dipilih produknya maka anggota MLM yang menawarkan

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Rina Nur Safitri, tanggal 7 September 12 2015, Pukul 02.00 Wib.

produk tersebut memproses pemesanan konsumen terhadap barang yang dipesan.

Jika barang yang di pesan konsumen ready stok maka saat itu juga barang akan dikirim, tetapi kalau barang yang dipesan telah habis stoknya maka harus menunggu satu sampai dua minggu. Lumayan lama memang tetapi tidak perlu keliling ke pasar atau ke toko fashion, tidak perlu berpanas-panasan diluar, cukup melihat katalog yang diberi.

Tentang pembayaran, jika barang ready stok maka langsung bayar kontan, dan jika barang out of stok maka konsumen memberi uang muka sebesar 30% dan pelusuan dari total harga setelah barang sampai di tangan konsumen.¹⁹

2. Pendapat Ahli

Eni Suhaini Bakri, dalam pandangannya MLM berdampak positif, yakni menjawab pengangguran yang tiap hari semakin meningkat. Sistem ini memberi mereka yang punya waktu untuk menjadi distributor tanpa paksaan. Kepentingan distributor dan perusahaan di tuangkan dalam sebuah perjanjian. Sedangkan praktik yang berkedok MLM mengarah pada dana masyarakat, mengiming-iming hadiah dan jumlah kelipatan yang tidak masuk akal.

Kalau barang itu datang kepada kita melalui suatu jaringan, jelas harganya, jelas merknya dan itu legal maka tidak haram. Barang

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Tina Sulistyowati, tanggal 10 September 2015, pkl 09.00 Wib.

apapun yang memang halal haruslah diberi label halal. Kalaupun diperjuak belikan secara jaringan (*Multilevel*) dan di produksi secara halal saya rasa orang Islam boleh memakainya. Yang halal itu boleh, yang haram itu tidak boleh. Kalau sistemnya yang boleh itu yang jelas ada legalitas dan usahanya. Saya yakin yang tidak boleh itu yang berkedok MLM.²⁰

Din Syamsudin, di kutip dari laporan Tabloid Network Indonesia yang berjudul “MLM Bisnis Halal” pada episode 28 Februari - 13 Maret 2002. Harian yang terbit pada 14 Januari 2002 memasang headline yang heboh, “Praktik Bisnis MLM” dalam berita dimuat berdasarkan wawancara dengan sekretaris umum MUI mengatakan umat Islam di himbau berhati-hati supaya tidak terjebak mengikuti bisnis ini. Kendati MUI belum mengeluarkan fatwa, ada indikasi kuat hal itu diharamkan. Ia juga mengatakan bisnis MLM mempunyai unsur merusak yang sangat besar dan unsur eksploratif karena memakai sistem level. Argumennya disebut merusak karena lantaran mendorong umat enggan bekerja, mereka mendapat fee atas usaha orang lain. Padahal tidak bekerja. Semakin tinggi level seseorang maka semakin santai, peserta hanya mengandalkan usaha dari peserta pemula. Dengan kata lain, level bawah menjadi sampi perahan.²¹

Drs. H. Umar Hasan, menurutnya MLM merupakan kegiatan beramal. “Saya kasih contoh. Misalnya seorang Zainudin MZ

²⁰ Kuswara, *op. cit.*, hlm. 81.

²¹ *Ibid.*, hlm. 79.

mengajar 1.000 murid. Lalu dari mereka banyak yang menjadi kyai. Dari sudut agama, apakah dia mendapatkan amal ? ya ! begitu juga di MLM, bisa mencetak ribuan diamond.”

Tarmizi Yusuf menyimpulkan bahwa MLM tidak bertentangan dengan dengan agama Islam. Alasan yang pertama MLM jelas menyangkut jual beli, dan Islam menghalalkan praktik jual beli dengan sejumlah persyaratan anatar lain ada penjual dan pembeli, ada barang yang diperjualbelikan, serta produk tersebut tidak dilarang. Alasan kedua tidak ada paksaan dalam jual beli. Semua pihak suka sama suka melakukan transaksi dan dilakukan oleh orang yang sudah berakal. Alasan ketiga ada pernyataan dari penjual produk tersebut dijual dan ada pernyataan bahwa produk itu dibeli.

Melihat dari syarat-syarat pelaksanaan jual beli itu tidak ada yang dilanggar dalam MLM murni, cara kerja MLM juga tidak jauh dari pendekatan silaturahmi yang merupakan jembatan penghubung persaudaraan Islam.²²

3. Pendapat Masyarakat

Ela Rofiana, ia berpendapat bahwa segala hal itu ada sisi positif dan negatifnya, termasuk MLM. Selama dalam bisnis MLM tidak ada pihak yang dirugikan maka sah sah saja hal itu dilakukan. Akan tetapi jika ada salah satu pihak yang dirugikan maka tidak diragukan lagi

²² *Ibid.*, hlm. 83.

MLM itu tidak boleh dilakukan. Menurutnya MLM mempunyai sisi positif yakni salah satunya adalah mengurangi angka pengangguran.