

REVIEW BUKU-FATWA ULAMA INDONESIA DAN TIMUR TENGAH MENGENAI MULTI LEVEL MARKETING (MLM)

Fauzan Sugiono, Lc¹

¹Yayasan Amal Robbani Insan Sejahtera

INFO ARTIKEL

ISSN: 2656-1654

E-mail adress:

fauzan.sugiyono@gmail.com

e-ISSN: 2656-193X

ABSTRAK

This book discusses the ijthad method between fatwa (legal maxim) of the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council or The National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN MUI) and the fatwa of Middle Eastern scholars regarding Multi-Level Marketing (MLM), with fiqh and ushul fiqh approaches. The method used by the researcher is comparative descriptive by exploring the fatwa of the DSN MUI by explaining the ijthad method used and its correlation with positive law in Indonesia. The uniqueness of this book is that it specifically discusses the discourse of scholars on fatwas and MLM associated with fatwas of Middle Eastern scholars regarding MLM. These two different fatwas will most likely be various. The differences might be dissimilar in social conditions, business entities, and cultures.

Fatwas issued by the DSN MUI in muamalah jurisprudence such as banking, insurance, capital markets, and sharia business are more systematic and applicable to business actors than fatwas of Middle Eastern scholars, which tend only to provide legal verdicts. DSN MUI has issued two fatwas regarding MLM in 2009 and 2012, namely fatwa No. 75 / DSN MUI / VII / 2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling (PLBS) and No. 83 / DS n MUI / VI / 2012 concerning Sharia Tiered Direct Selling (PLBS) Umrah Travel Services. Meanwhile, fatwa institutes of Saudi Arabia, Lajnah Daimah and Dar al-Ifta, Egypt, have issued fatwas on the prohibition of MLM as a whole, so there is a need for convergence in understanding the causes of these differences.

Keyword: Fatwa, National Sharia Council of Indonesian Ulema Council (DSN MUI), Middle East Ulema Fatwa Institute, Multi-Level Marketing (MLM)

Buku ini membahas tentang metode ijthad antara Fatwa Dewas Syariah Nasional (DSN MUI) dengan fatwa ulama Timur Tengah terkait Multi Level Marketing (MLM), dengan pendekatan fikih dan ushul fikih. Metode yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif komparatif dengan mengeksplorasi fatwa-fatwa DSN MUI dengan menjelaskan metode ijthad yang digunakan serta korelasinya dengan hukum positif di Indonesia. Keistimewaan buku ini merupakan buku yang secara khusus membahas diskursus ulama mengenai fatwa dan MLM dikaitkan dengan Fatwa ulama Timur Tengah mengenai MLM. Fatwa di sana tentu akan berbeda tempat dan kondisi. Begitupula fatwa ulama Indonesia, kondisi sosial, badan usaha, dan kultur yang berbeda, melahirkan fatwa yang berbeda pula.

Fatwa yang diterbitkan oleh DSN MUI dalam bidang fikih muamalah seperti perbankan, asuransi, pasar modal dan juga bisnis syariah, lebih bersifat sistematis dan applicable terhadap pelaku bisnis dibanding fatwa ulama Timur Tengah yang cenderung hanya memberikan vonis hukum. Dua fatwa mengenai MLM telah diterbitkan oleh DSN MUI pada tahun 2009 dan 2012 yaitu fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dan No. 83/DSn MUI/VI/2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah. Sementara lembaga fatwa Saudi Arabia Lajnah Daimah serta Dar al-Ifta, Mesir telah menerbitkan fatwa haramnya MLM secara keseluruhan, sehingga perlunya titik temu (konvergensi) dalam memahami sebab perbedaan tersebut.

Keyword: Fatwa, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI, Lembaga Fatwa Ulama Timur Tengah, Multi Level Marketing (MLM)

MENGENAL MULTI LEVEL MARKETING

Multi Level Marketing (MLM) atau dikenal juga dengan istilah Pemasaran Langsung Berjenjang (PLB) bukanlah sesuatu yang baru, sebagian besar masyarakat kita sudah tahu atau menjadi pelaku dalam bisnis tersebut. Penulis membahas pengertian MLM dibagian kedua dari buku ini, disandingkan dengan pembahasan tentang ulama, fatwa dan metode dalam berijtihad. Menurut penulis MLM adalah system penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana perusahaan tersebut hanya menjual produk-produknya secara langsung (direct selling) kepada konsumen yang sudah terdaftar sebagai member atau mitra usaha.

Secara historis beberapa perusahaan yang dianggap sebagai pionner dalam bisnis direct selling ini adalah Nutrilite, sebuah perusahaan di California berdiri tahun 1934. Perusahaan ini memperkenalkan direct selling dengan cara menjual produknya ke rumah-rumah, dengan memberikan bonus kepada anggota yang berhasil merekrut member baru. Kemudian disusul perusahaan The California Perfume Company yang berdomisili di New York tahun 1886 yang kemudian pada tahun 1939 berubah nama menjadi Avon. Selain Avon dan Nutrilite, muncul perusahaan Shaklee (1956) dan Amway (1959). Pada tahun 1997 Amway melaporkan telah menyerap 13.000 tenaga kerja dan 3.000.000 member yang tersebar di 45 negara.

Menurut Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) pada saat ini ada 84 perusahaan MLM di Indonesia yang berizin dan telah bergabung menjadi anggota APLI. Penulis juga menyebutkan data dari The World Federation of Direct Selling Association (WFSDA) bahwa jumlah penduduk Indonesia yang menjadi anggota MLM pada tahun 2017 mencapai 16.622.000

orang dengan omset penjualan yang cukup besar, total sekitar 18.9 Trilyun. Jumlah perusahaan MLM Syariah di Indonesia sampai Januari 2019 ada tujuh perusahaan yaitu PT. Momen Global Internasional, PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren), PT Ufo Bisnis Kemitraan Bersama Syariah, PT K-Link Nusantara, PT Nusantara Sukses Selalu, PT Singa Laut Jaya dan PT. HPA Indonesia.

ISTILAH-ISTILAH DALAM MULTI LEVEL MARKETING

Penulis mengutip beberapa istilah yang sering digunakan dalam bisnis Multi Level Marketing, diantaranya, upline, downline, member, volume penjualan pribadi, volume penjualan grup dan poin. Meskipun tidak merinci secara keseluruhan. Istilah upline biasanya digunakan untuk orang yang merekrut anda sebagai anggota (member) dan orang tersebut levelnya berada diatas anda dalam jenjang MLM, dan orang yang direkrut jenjangnya ada dibawahnya sehingga disebut downline. Dengan kata lain, orang yang direkrut oleh pimpinan atau pemilik perusahaan merupakan anggota level satu. Sedangkan anggota yang direkrut oleh level satu disebut level dua, dan anggota yang direkrut oleh level dua, menjadi member level tiga, begitu seterusnya. Karena ada beberapa level anggota, maka system inilah yang disebut dengan multi level maketing.

PERBEDAAN MULTI LEVEL MARKETING DENGAN MONEY GAME

Penulis dengan rinci menjelaskan tentang perbedaan antara money game (judi) dengan Multi Level Marketing, karena dalam beberapa aspek ada kemiripan antara keduanya, meskipun sejatinya berbeda. Menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 yang dimaksud dengan

money game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan berbagi pendapatan dengan cara membagikan bonus dari perekrutan anggota baru yang telah menyetor dana kepada perusahaan atau kepada anggota lain yang telah merekrutnya, adapun bonus yang diberikan adalah berasal dari uang pendaftaran tersebut, bukan berasal dari penjualan produk, walaupun ada produk yang dijual hanya kamufase saja, yang tidak mempunyai kualitas atau mancaaf secara wajar.

Dengan kata lain, money game adalah merekrut anggota baru, dan mengumpulkan dana dari anggota tersebut, bukan menjual produk. Money game terlarang berdasarkan UU No 10/1998 Tentang Perbankan.

Diantara perbedaan spesifik antara MLM dan money game adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang melakukan praktek money game tidak memiliki SIUPL (Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung). Meskipun sebagian perusahaan memiliki ijin namun hanya sebatas Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP). Oleh karena itu, mengacu kepada peraturan kementerian perdagangan yang ada, perusahaan yang mengklaim sebagai perusahaan MLM harus memiliki SIUPL dan terdaftar sebagai anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), jika tidak memiliki SIUPL atau terdaftar pada APLI maka pada umumnya masuk dalam kategori money game.

2. Biaya pendaftaran money game biasanya terlalu mahal, dan tidak sesuai dengan kompensasi yang didapatkan oleh member baru. Hal ini karena uang dari pendaftaran member tersebut akan dibagi-bagi oleh perusahaan, sebagian untuk upline, dan sebagian lagi masuk ke kas perusahaan. Sementara dalam MLM umumnya biaya pendaftaran relatif murah dan sebanding dengan kompensasi yang didapatkan oleh member diawal pendaftaran.

3. Money game secara umum menjanjikan

keuntungan yang sangat besar dalam waktu singkat. Terutama member yang mendaftar diawal-awal yang memiliki level tinggi. Sehingga dapat dipastikan jumlah bonusnya tidak akan dapat dikalahkan oleh member-member baru. Sedangkan dalam MLM, keuntungan yang diperoleh sesuai dengan proporsi barang yang diperjual belikan.

4. Dalam bisnis MLM, setiap orang hanya berhak mendaftar satu kali saja, dengan satu keanggotaan. Sedangkan dalam money game, seseorang boleh mendaftar lebih dari satu kali dan memiliki beberapa keanggotaan (double membership) atau bahkan banyak (multi membership). Sehingga orang tersebut memungkinkan mendapatkan keuntungan berlipat-lipat.

5. Bonus yang diberikan oleh money game berasal dari pendaftaran atau iuran anggota, sedangkan bonus dalam MLM bonus berasal dari keuntungan penjualan produk. Sehingga tujuan utama MLM adalah agar produknya "laku keras" sehingga timbal baliknya keuntunganpun berlipat. Sedangkan dalam praktek money game tujuan utamanya adalah menarik member sebanyak-banyaknya, karena semakin banyak member dapat direkrut, maka keuntungannya semakin besar. Maka, jika kegiatan perekrutan anggota baru dihentikan, praktis perusahaan akan bangkrut dan gagal membayarkan bonus kepada para member, karena tidak ada kas masuk dari anggota baru.

Selanjutnya penulis mengemukakan sisi persamaan antara MLM dan money game dalam beberapa sisi, diantaranya:

1. MLM dan money game keduanya kegiatan yang berorientasi kepada net working. Artinya keduanya melakukan ekspansi pasar dengan perluasan jaringan.

2. MLM dan money game keduanya sama-sama berkewajiban merekrut anggota, baru, jika ingin bertahan dan maju.

3. MLM dan money game sama-sama bisa dikerjakan secara paruh waktu, sehingga sebagian masyarakat menekuninya karena fleksibilitas waktu tersebut. dan mereka tidak harus meninggalkan aktifitas pokoknya.

4. MLM dan money game sama-sama dapat meningkatkan status ekonomi dan sosial orang-orang tertentu, khususnya para leader.

Oleh karena itu, masyarakat harus cermat ketika hendak bergabung dalam sebuah perusahaan yang berlabel MLM, mengingat ada kemiripan antara MLM dan money game, agar tidak terjebak.

SKEMA PIRAMIDA (PONZI) ADALAH MONEY GAME

Penulis menegaskan, banyak orang terkecoh dengan skema piramida yang menyerupai system MLM, padahal menurut APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) semua perusahaan yang menggunakan system piramida (ponzi) bukanlah bagian dari APLI dan tidak dikategorikan sebagai MLM. Maksud dari skema piramida bukanlah struktur organisasinya, namun cashflow bonusnya berbentuk piramida, dimana orang yang bergabung lebih dahulu, dipastikan ia akan mendapat bonus lebih besar, sebaliknya orang yang bergabung belakangan tidak akan mampu menyamainya. Dengan kata lain, banyak oknum yang mengatas namakan MLM memanfaatkan ketidaktahuan masyarakat dengan menjanjikan keuntungan berlipat-lipat. Padahal keuntungan tersebut berasal dari dana setoran pendaftaran yang diputar. Misalnya dengan perbandingan 1:5, maka untuk membayar bonus satu orang leader dibutuhkan setoran dari lima pendaftar baru, begitu seterusnya. Akhirnya masyarakat terjebak dalam siklus perputaran pendaftar baru, maka jika pendaftar baru tidak ada, otomatis bisnis MLM tersebut mati karena mereka tidak ada sektor usaha riil.

APLI menyebutkan paling tidak ada tujuh sistem dalam skema Piramida MLM agar masyarakat dapat mewaspadainya:

1. Biaya pendaftaran menjadi satu paket dengan harga produk.

2. Harga jual produk MLM dinaikkan dan sangat mahal untuk barang sejenisnya (excessive mark-up)

3. Sistem marketingnya mirip MLM

4. Satu anggota bisa mendaftar menjadi beberapa keanggotaan mengatas namakan pribadi (multi membership)

5. Imbalan diberikan berdasarkan tersusunnya satu jaringan berbentuk piramida bukan berdasarkan volume penjualan.

6. Masa keanggotaan kadangkala berlangsung singkat (hanya sampai dengan terbentuknya suatu piramida tertentu)

7. Program pemasaran sangat rumit dan susah dipelajari, karena hanya kamufase saja, karena fokusnya pada rekruting member baru.

Di Indonesia, skema piramida dilarang berdasarkan UU Perdagangan Pasal 9 No. 7 tahun 2014. Menurut APLI, ada perbedaan besar antara direct selling (MLM) dan skema Piramida, bisa dilihat pada tabel berikut:

No.	Direct Selling (MLM)	Skema Piramida (Money Game)
1	Hampir diterima di seluruh dunia	Banyak negara yang melarang bahkan pengusahanya banyak terjerat kasus hukum
2	Keuntungan Mitra Usaha ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan atau pembelian barang/ jasa	Keuntungan anggota ditentukan dari seberapa banyak perekrutan anggota baru yang menyeter sejumlah uang, sehingga terbentuk satu format Piramida
3	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai bawah	Hanya menguntungkan bagi orang-orang yang lebih dahulu bergabung sebagai anggota.
4	Setiap orang hanya berhak menjadi mitra usaha sebanyak satu kali saja.	Setiap orang boleh menjadi anggota berkali-kali dalam satu waktu tertentu, atau dikenal dengan membeli "kavling"
5	Biaya pendaftaran member baru tidak terlalu mahal, senilai dengan Starter Kit, dan tidak dimaksudkan untuk mencari untung dari biaya pendaftaran ini.	Biaya pendaftaran anggota sangat tinggi (mahal) tidak sesuai dengan produk sejenis di pasaran, karena keuntungan didapat dari pendaftaran.
6	Jumlah orang yang direkrut anggota tidak dibatasi, tetapi dianjurkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing	Jumlah anggota yang direkrut dibatasi. Jika ingin merekrut lebih banyak lagi, maka yang bersangkutan harus menjadi anggota baru lagi dengan membeli kavling baru.
7	Setiap Mitra Usaha dilarang menumpuk barang (Inventory Loading) karena didalam penjualan langsung yang terpenting adalah prosuk yang dibeli bisa dipakai dan dirasakan manfaatnya oleh konsumen	Penimbunan barang dilakukan karena tujuannya menyediakan stok untuk member baru, dan targetnya adalah rekruting sebanyak-banyaknya, karena setiap member baru harus memberli produk yang harganya tak masuk akal
8	Melakukan program pembinaan kepada anggotanya, agar memiliki kualitas tinggi	Tidak ada program pembinaan apapun, karena fokusnya hanya pada rekruting saja.
9	Melakukan pelatihan produk karena anggota akan memiliki produk knowledge yang benar sebelum dijual ke konsumen agar tidak salah.	Produk hanya kedok saja, tidak ada pelatihan apapun
10	Setiap upline melakukan kerjasama yang baik dengan down linanya, karena kesuksesan milik bersama	Upline tidak melakukan kerjasama melainkan hanya rekruting anggota baru, ia tidak peduli down linanya

MODEL NETWORKING DALAM MLM

Penulis menyebutkan dua model kerja dalam bisnis MLM yaitu sebagai berikut:

1. Break away

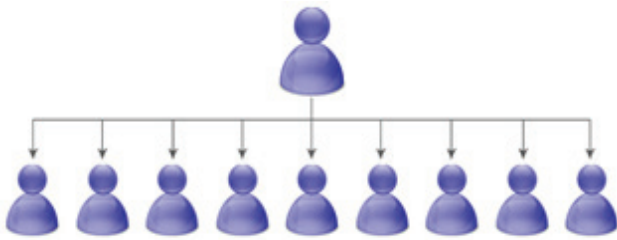
Merupakan sebuah model networking dengan cara, apabila seorang member telah

mencapai peringkat kompensasi tertentu, dan berhasil merekrut dan atau membimbing downline sehingga memperoleh peringkat yang sama, maka kompensasi yang didapatkan oleh upline adalah nol. Dengan kata lain, terjadi break atau pemutusan jaringan. Pihak-pihak yang setuju dengan sistem ini menyatakan bahwa break away adalah sistem yang cukup adil. Karena setiap anggota mendapat peluang yang sama untuk sukses dan mendapat bonus yang besar. Artinya meskipun seseorang bergabung belakangan, ia bisa mendapatkan peringkat yang sama bahkan lebih tinggi dari pada yang bergabung lebih dahulu dalam MLM tersebut. Namun, menurut pihak yang kontra dengan sistem break away, mengatakan bahwa sistem ini adalah bentuk ketidakadilan, karena downline yang sudah mencapai peringkat tertentu justru hubungan networkingnya malah terputus, sehingga mereka menganggap break away ini mirip sebuah hukuman. Menurut Joko Komara, sebenarnya setiap model dalam networking memiliki kelebihan dan kekurangan, oleh karena itu sistem kompensasi yang diberikan perusahaan MLM biasanya telah mengalami inovasi. Inti dari sistem break away adalah bahwa setiap anggota akan terputus bonus jaringannya apabila downline-nya telah mencapai peringkat yang sama. Hal ini terjadi karena pay out (pembayaran bonus) yang dibagikan oleh perusahaan kepada anggota pasti ada batas maksimalnya, sesuai dengan keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk.

Dalam perkembangan kontemporer, para praktisi dan ahli MLM kemudian mengembangkan inovasi model break away dalam dua sistem kompensasi, yaitu Uni Level dan Hybrid Uni Level.

Break away model Uni Level setiap orang yang disponsori oleh seorang member, maka akan diletakkan langsung dibawahnya, dan orang ini dapat merekrut orang lain sebanyak mungkin,

semua yang direkrut akan diletakkan dibawah jaringan (downline) secara langsung disebut front line. Model ini diciptakan untuk menghilangkan kesan adanya pinalti, karena upline yang telah merekrut downline akan terus mendapatkan bonus atas penjualan downline yang langsung berada dibawahnya. Dengan adanya sistim unilevel memungkinkan bagi seorang member untuk mendapatkan bonus dari semua front line-nya walaupun telah mencapai peringkat yang sama, sebagai ilustrasi pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Susunan Keanggotaan Uni Level

Ilustrasi gambar dikutip dari website: <http://mlmage.com/mlm-bussines-plan/uni-level-plan.asp>

Sementara itu, break away dengan model Hybrid Uni Level merupakan model terbaru yang muncul pada kisaran tahun 1985. Pada model ini semua member dianggap sebagai tenaga penjualan atas produk perusahaan. Tujuannya adalah untuk menghilangkan kesan pinalti dalam sistem break away. Sebagai kompensasinya, perusahaan memberikan bonus yang lebih tinggi atas penjualan para frontliner-nya pada periode tertentu. Ilustrasi pada bagan berikut ini:

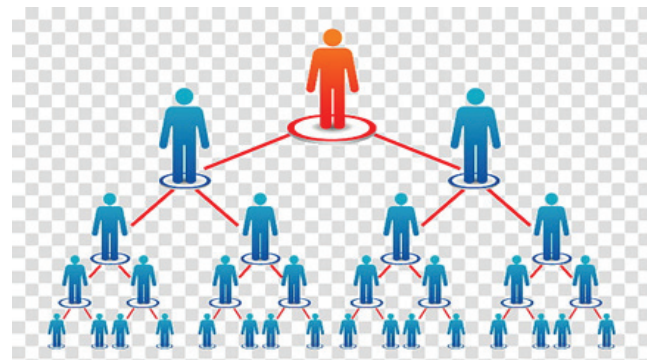


Gambar 2. Susunan Keanggotaan Hybrid Uni Level

Ilustrasi gambar diambil dari: <http://infinitemlmsoftware.com/hybrid-plan.php>

2. Binary

Binary tergolong salah satu varian dalam sistem MLM yang sangat simple, dalam model ini seorang member hanya boleh memiliki dua downline yang langsung berada dibawahnya, baik sisi kiri maupun kanan dan seterusnya. Jika seorang member telah memiliki dua downline lalu ia berhasil merekrut member baru lagi, maka sistem binary ini akan melakukan spill over secara otomatis. Yaitu jaringan akan tersusun otomatis menjadi kanan dan kiri sedemikianrupa hingga serupa dengan matriks dua leg. Setiap member hanya tersusun dua downline (frontline) dengan tingkat kedalaman tidak terbatas. Pada umumnya seorang member diizinkan memiliki dua keanggotaan lebih sekaligus untuk memaksimalkan penghasilan yang akan diperoleh. Risikonya ia harus membayar biaya pendaftaran berganda dan melakukan tutup poin penjualan setiap bulannya untuk tiap membership yang dimilikinya, ilustrasi pada gambar berikut:



Gambar 3. Susunan Keanggotaan Binary

Ilustrasi model binary dari <https://chaventerprise.com/network-marketing/>

Diantara perusahaan yang mempelopori sistem ini adalah USANA, Cyberwize, Questnet, dan Gotoshape.

Menurut APLI, tidak semua model binary adalah money game, akan tetapi model binary yang masuk ke Indonesia pada tahun 1998 ini pada awalnya diperkenalkan oleh perusahaan

money game yang menjual produk sabun dengan harga yang di mark-up luar biasa. Pada waktu itu produk sabun yang nilai ekonomisnya Rp. 150,- lalu dikemas menarik dan dijual dengan harga Rp. 500.000,-.

Selain factor historis, unsur money game selalu melekat pada model binary ini. Yang pada prakteknya hanya menitik beratkan pada rekrutmen member baru, bukan pada penjualan produk perusahaan. Oleh karena itu meski ada produknya, hanya bersifat kamufase dan budling bea pendaftaran.

EKSPLORASI FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL (DSN-MUI) TENTANG MULTI LEVEL MARKETING (MLM)

Sebab lahirnya Fatwa

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) adalah satu dari sembilan lembaga dibawah naungan MUI yang diamanahkan untuk berkhidmat kepada masyarakat yang mengadakan atau bertanya tentang hal-hal terkait masalah ekonomi dan keuangan. Lembaga dibawah naungan MUI selain DSN seperti LPPOM MUI yang menangani produk makanan dan minuman, Dewan Halal Nasional, LPLH/SDA terkait lingkungan, dan lain-lain. DSN-MUI dibentuk oleh MUI tahun 1999 melalui Surat Keputusan Dewan Pimpinan MUI No. Kep-754/MUI/II/1999. Khusus menerbitkan fatwa-fatwa terkait ekonomi dan bisnis syariah. DSN dalam sejarah menerbitkan fatwanya dari pihak yang mengajukan pertanyaan atau fatwa (mustafti) kepada DSN MUI sebagai pihak yang menerbitkan fatwa (mufti). Diantara pihak yang meminta fatwa adalah bidang perbankan, lembaga keuangan non bank seperti asuransi, pegadaian, sekuritas, manager investasi, travel, hotel, rumah sakit, koperasi dan lain-lain. Ataupun permintaan

fatwa dari regulator pemerintah seperti Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia dan Kementrian Koperasi. Fatwa juga merupakan adaptasi perkembangan zaman dan pemikiran kontemporer yang dilatarbelakangi peristiwa pada waktu tertentu di zamannya. Lahirnya fatwa tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah atau MLM Syariah, yakni Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 dilatar belakangi adanya permintaan fatwa dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang MLM.

IMPLEMENTASI AKAD SYARIAH DALAM MLM MENURUT FATWA DSN MUI

Penulis menjelaskan tentang takayyuf al-fikhi (model fikih) yang tepat dalam akad MLM syariah seperti tercantum dalam Fatwa No.75/ DSN MUI/VII/2009, diantaranya:

1. Akad jual beli

Akad jual beli (عَيْبِلًا) merupakan akad tukar menukar antara harta dengan harta, atau zaman dahulu dikenal barang dengan barang (barter). Namun zaman sekarang, akad jual beli lumrahnya adalah uang sebagai alat pembayaran dengan barang yang dijual. Jual beli disepakati oleh para ulama fikih sebagai akad yang halal dan dibolehkan di dalam Islam, sesuai dengan firman Allah:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

...”Padahal Allah telah menghalalkan jual beli, dan mengharamkan riba...” (QS. Al-Baqarah:272)

Dalam praktik industri MLM, akad jual beli terjadi antara perusahaan dengan mitra (member), yaitu ketika mitra membeli produk kepada perusahaan secara langsung, baik untuk dikonsumsi sendiri atau untuk dijual kepada orang lain yang bukan mitra. Karena pada dasarnya,

akad jual beli merupakan akan yang mubah, maka tidaklah menjadi problem bagi perusahaan MLM.

Isu yang menarik untuk dikaji adalah ketika seorang member (mitra) membeli produk kepada perusahaan bukan untuk dijual, bukan pula untuk dikonsumsi, namun hanya untuk mengejar tutup poin atau mengejar target penjualan. Dalam hal ini, mitra tersebut akan mendapatkan bonus dari perusahaan karena berhasil mencapai target penjualannya. Maka, akad yang digunakan adalah akad ju'alah (janji upah/bonus). Oleh sebagian pihak akad jualah ini menjadi syarat dalam akad jual beli (al-bai'), sehingga timbul kontroversi dalam dua pendapat:

a. Pihak yang menghalalkan MLM, mereka mengatakan bahwa syarat adanya jualah dalam jual beli, merupakan syarat yang sah dan boleh dilakukan. Karena masing-masing pihak terikat dengan syarat dan ketentuan yang disepakati. Hal ini sesuai dengan hadits Nabi:

المُسْلِمُونَ عِنْدَ شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ شَرْطًا أَحَلَّ حَرَامًا

“Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat (kesepakatan) diantara mereka, kecuali persyaratan yang mengharamkan yang halal, atau persyaratan yang menghalalkan yang haram (HR. Ahmad)

b. Bagi pihak yang mengharamkan MLM, mereka berpendapat bahwa transaksi semacam ini termasuk dalam kategori “bay’atini fi bayatin” (dua akad dalam jual beli) yang terlarang berdasarkan hadits:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

“Rasulullah SAW melarang, dua akad dalam satu transaksi (Abu Daud)

2. Akad Murabahah (Jual beli dengan margin keuntungan)

Murabahah adalah menjual sesuatu barang dengan harga modal plus keuntungan. Dalam

murabahah antara penjual dan pembeli masing-masing mengetahui modal dan keuntungan dalam transaksi tersebut.

Bentuk dari akad murabahah di MLM ini terjadi antara member dan non member. Dimana si member menjual barang kepada non member tentu beda harga antara member dan bukan member. Oleh karena itu si member seraya menawarkan kepada non member targetnya agar masuk menjadi member MLM terlebih dahulu untuk mendapatkan harga sebagai member yang tentu lebih murah. Bentuk akad murabahah antara perusahaan dan member sebenarnya jarang terjadi menurut penulis. Menurut penulis juga, fatwa DSN MUI memang menyatakan bahwa akad murabahah merupakan salah satu akad yang bisa digunakan dalam transaksi MLM, namun dalam praktiknya tidak applicable. Lebih tepat adalah dengan akad bai' al musawamah. Karena perusahaan tidak mungkin memberitahukan modalnya kepada member. Sementara dalam murabahah penjual wajib memberitahukan modalnya kepada pembeli.

3. Akad Wakalah bil Ujah (mewakulkan dengan upah tertentu)

Menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 adalah wakalah bil ujah. Hal ini karena sebenarnya wakalah bisa dilakukan dengan upah (bil ujah) atau tidak dengan upah. Fatwa tentang wakalah bil ujah awalnya terkait dengan produk asuransi dan reasuransi syariah dengan fatwa No. 25/DSN MUI/III/2006, namun dalam perkembangannya dapat diaplikasikan dalam perusahaan MLM juga.

Akad wakalah bil ujah merupakan pengembangan dari akad wakalah. Jika menggunakan ujah (upah) berarti hal ini menjadi tabarru (pertolongan) dari wakil (orang lain) kepada muwakkil (orang yang memberi kuasa).

Secara fikih, akad wakalah bil ujah dalam industry MLM dapat diimplementasikan dalam

memberikan bonus perekrutan. Perusahaan mendelegasikan kepada member untuk merekrut anggota baru. Perusahaan bertindak sebagai muwakkil, dan member sebagai wakil. Apabila wakil telah menyelesaikan tugasnya dengan merekrut anggota baru, maka dia berhak mendapat upah (ujrah) dari perusahaan. Akan tetapi dalam prakteknya, akad ini hampir tidak bisa dipraktekkan karena bertentangan dengan regulasi pemerintah melalui PERMEDAG yang melarang perusahaan MLM memberikan bonus perekrutan, hal ini dilakukan sebagai tindakan prefentif atas adanya praktek money game atau skema piramida.

4. Ijarah (sewa)

Seperti dalam penjelasan sebelumnya bahwa semua akad wakalah bi al-ujrah dapat disebut dengan ijarah, tetapi tidak semua ijarah adalah wakalah bi al-ujrah.

Dalam konteks MLM yang berpeluang menjadi objek akad adalah orang, bukan benda. Adapun fatwa DSN MUI yang diterbitkan terkait ijarah adalah fatwa nomer 9/DSN MUI/IV/2000 tentang pembiayaan ijarah. Selain fatwa tersebut, ada lagi fatwa terkait yaitu Fatwa No. 27/DSN MUI/III/2002 tentang ijarah al muntahiyah bi al tamlik, kemudian disusul Fatwa No. 42/DSN MUI/VI/2008 tentang wakalah bil ujarah pada asuransi syariah dan resuransi syariah. Lalu fatwa no. 112/DSN MUI/IX/2017 tentang ijarah dan fatwa No. 113/DSN MUI/IX/2017 tentang akad wakalah bi al-ujrah.

5. Ju'alah

Ju'alah adalah akad yang pada intinya orang akan memberi bonus atau upah kepada orang lain yang mampu melakukan pekerjaan tertentu. Orang awam menyebutnya semacam sayembara. Orang yang memberi upah disebut ja'il. Dan orang yang bekerja untuk mendapatkan upah tersebut dinamakan 'amil.

Dalam akad ju'alah, suatu pekerjaan yang

menjadi objek akad boleh sebuah pekerjaan yang jelas dan mungkin juga tidak jelas, asal upahnya jelas. Seperti disebutkan dalam literatur klasik misalnya, seseorang akan mendapatkan upah jika ia dapat mengembalikan sesuatu yang hilang. Merupaka suatu yang tidak jelas menurut hitungan waktu, bisa sepekan, dua pekan, atau bisa jadi tahunan. Meskipun ju'alah semacam ini tidak dibenarkan, singkatnya salah satu yang membedakan antara ju'alah dan ijarah adalah orientasi pada hasil pekerjaannya bukan pada prosesnya.

Perbedaan akad Ijarah dan Ju'alah

No.	Ijarah (sewa)	Ju'alah (sayembara)
1	Pekerjaannya teridentifikasi dengan jelas, terukur, misalnya dalam MLM memberi pelatihan, pembinaan.	Pekerjaannya tidak terukur dengan jelas, karena orientasinya hasil. Misalnya dalam MLM, seorang member yang mampu menjual produk tertentu dengan target tertentu akan mendapatkan bonus mobil, intinya produknya habis terjual, entah berapa lamanya tidak terukur jelas.
2	Upah yang diberikan jelas.	Upah yang diberikan tidak jelas, misalnya dengan ukuran prosentase, paket wisata dll.
3	Pihak yang berakad khusus dan harus jelas, definitive antara ajir (perusahaan) dan mustajir (orang/member)	Pihak yang berakad lebih umum terbuka, misalnya, siapa yang bisa membimbing 5 orang untuk menjadi seorang manager, atau mampu melakukan penjualan sesuai target, maka ia akan mendapat mobil.
4	Akadnya bersifat mengikat (lazim) tidak boleh membatalkan akad tanpa persetujuan pihak lain, bisa mendapat sanksi.	Dalam Jualah tidak ada sanksi bagi pekerja yang membatalkan akadnya, karena pekerjaannya memang tidak definitif.
5	Upah boleh dibayarkan sebelum pekerjaan selesai, misalnya konsultan boleh menerima fee diawal pekerjaannya	Upah diberikan di akhir setelah ia berhasil melaksanakan tugasnya dengan baik, jika tidak selesai maka upah tidak diberikan. Ada unsur ketidak jelasan (gharar)

METODE IJTIHAD DSN MUI

Ijtihad yang dilakukan oleh DSN MUI untuk terbitnya sebuah fatwa merupakan ijtihad kolektif (jama'i) yang dilaksanakan oleh Badan Pengurus Harian (BPH) dan para ahli dibidangnya. Ada beberapa alur yang harus dilalui sampai terbitnya fatwa, diantaranya:

1. Permohonan fatwa
2. Diskusi dan istibyan (duduk perkara masalah) terhadap pihak yang meminta fatwa (mustafti)
3. Penyusunan Daftar Isian Masalah (DIM)
4. Kajian literatur
5. Penyusunan draf fatwa
6. Pengajuan draf fatwa
7. Perbaikan draf fatwa
8. Persetujuan draf fatwa
9. Pleno pengesahan fatwa
10. Perbaikan draf dan publikasi fatwa

LANDASAN IJTIHAD DSN MUI

Fatwa sebagai sebuah opini mengenai hukum Islam merupakan respon DSNMUI atas problematika dan peristiwa ekonomi yang terjadi di masyarakat, karena khusus terkait ekonomi, perbankan, bisnis dan lembaga keuangan syariah. Ada empat landasan ijtiyah DSN MUI diantaranya:

1. At-Taysir al-Manhaji

Artinya keringanan yang sistematis, maksudnya memilih pendapat yang ringan selama pendapat itu masih memiliki dalil yang dapat dipertanggung jawabkan dan bukan asal mencari yang ringan-ringan saja (tatabu'u al rukhas). At-Taysir al-Manhaji merupakan sebuah metodologi yang dipakai oleh DSN MUI agar syariah tidak dirasakan sebagai suatu yang memberatkan, karena semangat dalam beragama islam adalah al-dinu yusrun (agama itu mudah). Contoh fatwa yang menggunakan metode ini adalah fatwa No. 93/DSN MUI/IV/2015 tentang lindung nilai (Hedging) syariah. Fatwa ini menyatakan bahwa hedging dibenarkan dengan syarat bahwa hal itu dilakukan karena kebutuhan, bukan sekedar untung-untungan.

2. Tafriq al-halal 'an al-haram

Maksudnya diperbolehkan adanya upaya memisahkan antara harta halal dan dengan yang

haram pada jenis harta tertentu seperti uang. Yakni meskipun ada kaidah yang sudah beredar luas di masyarakat:

إِذَا اجْتَمَعَ الْحَالِلُ وَالْحَرَامُ غُلِبَ الْحَرَامُ

"apabila ada harta yang halal dan haram bercampur, maka dimenangkan hukum haram"

Terkait haramnya harta jika bercampur antara halal dan haram, namun diperbolehkan untuk dipisahkan mana yang halal dan mana yang haram lebih mengerucut pada jenis uang, bukan minuman atau makanan. Karena akan sulit memisahkan minuman yang tercampur halal dan haram dalam satu wadah. Oleh karena itu bagi muslim yang menyimpan uangnya di bank konvensional, maka tindakan pada hartanya adalah memisahkan mana uangnya dan mana bunga dari simpanan itu lalu dipisahkan. Pendapatan non hala tersebut selanjutnya digunakan untuk kepentingan sosial, bukan konsumsi pribadi. Contoh fatwa yang menggunakan metode ini adalah fatwa No. 17/DSN MUI/IX/2000 tentang sanksi atas nasabah yang mampu namun menunda-nunda pembayaran. Atau denda diperkenankan bagi nasabah yang menunda nunda pembayaran hutang, baik sengaja atau teledor.

3. I'adatu al-nazar

Artinya meninjau kembali. Landasan ini memungkinkan bagi DSN MUI untuk meninjau ulang pendapat para ulama terdahulu yang sulit diterapkan di zaman sekarang. Hal ini dilakukan dengan menguji kembali dalil-dalil yang digunakannya. Hal ini mungkin saja terjadi karena zaman, kondisi dan tempat sudah berbeda. Termasuk memilih pendapat minoritas ulama dan meninggalkan pendapat mayoritas ulama karena kondisi yang memungkinkan seperti itu. Contohnya seperti yang dikemukakan oleh KH. Ma'ruf Amin dalam hal ini adalah bolehnya wakil yang diberikan wakalah dalam akad sewa menyewa (ijarah) untuk menyewa barang yang dipercayakan

kepadanya. Hal ini artinya akan terjadi suatu akad dimana ijab dan kabulnya dilakukan oleh satu orang. Karena posisi orang yang menyewa adalah orang kepercayaan pemilik barang yang menyewakannya. Adapun implementasi dalam fatwa terkait metode ini adalah fatwa No. 57/DSN MUI/V/2007 tentang Letter Of Credit (L/C) dengan akad Kafalah bi al-Ujrah. Pada dasarnya kafalah adalah akad tabarru, yang kafalnya itu tidak berhak menerima ujarah, akan tetapi DSN MUI membolehkan ujarah atas dignity/nama baik kafil.

4. Tahqiq al-manat

Maksud landasan ini adalah menganalisis kembali alasan yang ditetapkan suatu hukum, contohnya adalah larangan menjual emas secara tidak tunai. Oleh DSN MUI larangan menjual emas secara tidak tunai adalah dipahami bahwa emas harus diperjualbelikan secara tunai ketika menjadi alat tukar. Pada zaman Nabi disebut dinar. Sedangkan emas yang bukan menjadi alat tukar, maka berfungsi sebagai komoditas yang bisa diperjualbelikan secara tidak tunai. Contoh fatwa yang menggunakan metode ini adalah fatwa No. 77/DSN MUI/V/2000 tentang murabahah emas. Fatwa ini menarik karena merupakan gagasan baru dalam bidang hukum Islam, karena ada beberapa hadis yang jelas melarang jual beli emas secara tidak tunai.

KONVERGENSI DAN DIVERGENSI FATWA ULAMA INDONESIA DENGAN FATWA ULAMA TIMUR TENGAH

Fatwa DSN MUI yang merupakan rujukan bisnis MLM syariah adalah fatwa No. 75/DSN MUI/II/2009. Merupakan prinsip-prinsip syariah dalam praktek bisnis Penjualan Langsung Berjejang Syariah (PLBS). Fatwa tentang MLM antara DSN MUI berbeda dengan ulama-ulama Timur Tengah.

Disini penulis menyebut tiga lembaga fatwa negara Timur Tengah yaitu Lembaga Pusat Fatwa dan Riset Ilmiah Lajnah Daimah (Saudi Arabia), Darul Ifta al-Mishriyyah (Mesir) dan Markaz Fatwa (Qatar).

Pada umumnya fatwa-fatwa tentang MLM yang dikeluarkan ulama Timur Tengah hanya berisi pendapat hukum mengenai halal atau haramnya bisnis MLM. Dan berdasarkan pada kasus-kasus yang ada. Beberapa kasus misalnya disebutkan secara eksplisit nama perusahaannya yang terkait dengan isi fatwa. Fatwa ulama Timur Tengah terkait MLM bukan merupakan sebuah pemikiran visioner, dan bukan merupakan narasi bagaimana berbisnis sesuai syariah, tetapi isi fatwanya lebih hanya memberikan hukum dan pendapat pada bisnis MLM yang sudah ada.

Fatwa DSN MUI bisa disebut sebagai cara baru dalam berfatwa, karena bisa dimaknai sebuah pemikiran yang memberikan solusi bagaimana berbisnis secara islami, yang tujuannya bagaimana bisa menjalankan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis. Fatwa DSN MUI bukan hanya menilai sesuatu yang ada, tetapi juga memberikan sesuatu yang seharusnya ada, ini juga sesuai dengan prinsip islam sebagai agama yang solutif bagi perkembangan zaman. Atau dengan kata lain hadirnya fatwa DSN MUI membuat fatwa lebih akomodatif dan problem solving bagi dunia usaha jika dibandingkan dengan fatwa ulama Timur Tengah. Hal ini mendorong DSN MUI agar tidak menjadi lembaga fatwa yang memvonis suatu perkara layaknya lembaga peradilan, akan tetapi menjadi lembaga yang dapat memberikan pencerahan, pelayanan dan solusi bagi umat.

A. Fatwa DSN MUI vs Lajnah Da'imah Saudi Arabia

1. Konvergensi (kesamaan pendapat)

Penulis mengemukakan beberapa kesamaan pendapat antar fatwa DSN MUI dan Lajnah Daimah Saudi Arabia, misalnya tidak disebutkan

identitas pihak/lembaga yang meminta fatwa (mustafti). Tidak dicantumkan nama mustafti dalam satu fatwa menjadi hal yang lazim, demi menjaga nama baik atau keamanan pihak yang meminta fatwa. Selanjutnya penyebutan nama penanggung jawab fatwa dan nama mufti juga disebutkan dengan jelas pada kedua lembaga ini. Semua ditanda tangani oleh Ketua Tim Fatwa sehingga publik bisa mengetahui siapa nama mufti yang bertanggung jawab atas fatwa tersebut. Kesamaan berikutnya, kedua lembaga ini sepakat tentang haramnya transaksi yang terdapat unsur-unsur riba dan gharar (ketidakjelasan). Meskipun, Lajnah Daimah mengharamkan MLM secara keseluruhan karena menganggap ada dua unsur haram didalam transaksinya, yaitu riba dan gharar. Sedangkan DSN MUI berpandangan modifikasi MLM dengan menghilangkan unsur riba dan gharar mungkin saja terjadi dan bisa dilakukan, karena itulah DSN MUI berpendapat tidak semua MLM haram mutlak, namun ada yg halal jika mengikuti syarat dan ketentuan dari fatwa DSN MUI.

2. Divergensi (perbedaan pendapat)

Terdapat perbedaan pandangan antara DSN MUI dengan Lajnah Daimah Saudi Arabia, dalam dua hal yaitu: divergensi dalam struktur fatwa dan divergensi dalam segi pemikiran hukum.

a. Divergensi dalam struktur fatwa

1. Pada fatwa yang diterbitkan oleh Lajnah Daimah, redaksi pertanyaan dari lembaga atau pihak yang meminta fatwa selalu dicantumkan, meskipun tidak disebutkan identitasnya. Sedangkan fatwa DSN MUI redaksi pertanyaan tidak dicantumkan sama sekali.

2. Lajnah Daimah mempublikasikan fatwanya melalui media online dalam bentuk teks HyperText Markup Language (HTML). Tanpa tanggal terbit. Sedangkan fatwa DSN MUI dipublikasikan menggunakan format Portable Document Format (PDF) dalam bentuk dokumen

asli lengkap dengan identitas lembaga, alamat dan tanggal terbit dan stempel, sehingga orisinalitas fatwa lebih kuat. Tidak dicantumkan tanggal fatwa merupakan kritik bagi Lajnah Daimah, karena tanggal merupakan faktor historis sebuah fatwa. Apalagi ada kaidah fikih yang menyebutkan, fatwa itu tergantung tempat dan waktu.

3. Lajnah Daimah dalam memberikan jawaban atas pertanyaan secara langsung, kepada pokok permasalahan hukumnya, tidak didahului dengan mukaddimah atau konsideran penetapan fatwa, maka dalam Lajnah Daimah bagian pertama setelah pertanyaan dari pihak yang meminta fatwa langsung berisi jawaban dari Lajnah Daimah. Adapun Fatwa DSN MUI diawali terlebih dahulu dengan mukaddimah dan konsideran fatwa,

Contoh jawaban fatwa Lajnah Daimah:

واجابت اللجنة: أن هذا النوع من المعاملات محرم, وذلك أن مقصود المعاملة هو العمولات وليس المنتج, فالعمولات تصل إلى عشرات الآلاف, في حين لا يتجاوز ثمن المنتج بضع مئات

Jawaban Lajnah: Bahwa jenis mumalah ini hukumnya haram, karena tujuan dari transaksi ini adalah permainan uang dan bukan penjualan

Produk, bahkan harga produk yang dipasarkan MLM bisa puluhan bahkan ribuan riyal, padahal sebenarnya harga produk itu hanya sekitar ratusan...

Setelah menyampaikan pandangan hukumnya mengenai MLM, fatwa Lajnah Daimah selanjutnya menjelaskan pertimbangan-pertimbangan hukum mengenai haramnya MLM berdasarkan pada tasawwur (fakta dan informasi) atau kondisi riil bisnis MLM di Arab Saudi yang diketahui oleh Lajnah Daimah. Sehingga menurut Lajnah Daimah bahwa MLM adalah bisnis yang:

a. Tujuan utama dalam transaksi MLM adalah bonus, bukan jual beli produk. Tiap orang yang bergabung dengan bisnis MLM adalah mendapat bonus dan bukan jualan produk.

b. Terjadi excessive mark up di semua MLM,

produk MLM dijual dengan harga tidak wajar bahkan puluhan ribu riyal

c. Terjadinya 'ighra' atau rayuan yang berlebihan kepada masyarakat agar bergabung dengan MLM.

d. Produk yang dijual hanya kamufase dari transaksi yang haram seperti riba, gharar atau maysir.

Melihat pertimbangan diatas maka, Lajnah Daimah berpendapat bahwa MLM merupakan bisnis yang haram dan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

4. Lajnah Daimah juga mencantumkan beberapa dalil yang menjadi landasan hukumnya, dengan satu ayat dan lima hadits, namun tidak sebanyak yang dideskripsikan oleh fatwa DSN MUI, sedangkan DSN MUI jumlah dalil yang disebutkan ada enam belas dalil yang terdiri dari Al-Qur'an, hadits dan kaidah-kaidah fikih.

5. Lajnah Daimah membantah pendapat yang mengatakan bahwa MLM tidak bertentangan dengan syariah. Menurut mereka MLM sama dengan akad samsarah (perantara). Sedangkan menurut fatwa DSN MUI no.75/DSN MUI/VII/2009 PLBS atau MLM syariah menggunakan akad Bai', Murabahah, Wakalah bil Ujrah, Jualah dan Ijarah.

6. Lajnah Daimah dalam fatwanya menyebutkan nama perusahaan yang dianggap MLM yang diharamkan yaitu, Biznas, Hibatul Jazirah, Smart Way, Gold Quest dan Seven Diamond. Namun kemudian muncul pertanyaan, apakah diluar lima perusahaan tersebut memiliki hukum yang sama haramnya atau berbeda? Adapun dalam fatwa DSN MUI tentang MLM tidak berisi vonis hukum pada perusahaan tertentu, namun berisi pandangan bagaimana menjalankan bisnis MLM yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

7. Pada bagian akhir fatwa, Lajnah Daimah mencantumkan nama-nama mufti yang bertanggung jawab atas fatwa tersebut. Adapun

nama-nama mufti yang tertulis sebagai ketua tim fatwa 'Abdul al Aziz bin Abdullah Alu Shaikh, sedangkan anggota tim fatwa terdiri dari lima orang mufti yaitu: Shalih bin Fauzan al-Fauzan, Abdullah bin Abdurrahman Ghudyah, Abdullah bin Muhammad Al-Mutlaq, 'Abdullah bin Ali Al-Rukban dan Ahmad bin Ali Al-Mubarak. Semua nama tersebut tercantum sebagai anggota Haiah Kibar al-Ulama (Dewan Ulama Senior). Sedangkan pada fatwa DSN MUI hanya ditandatangani oleh ketua dan sekretaris DSN MUI pada saat itu yaitu KH Sahal Mahfudz sebagai ketua dan Ichwan Sam sebagai sekretaris DSN MUI.

b. Divergensi dalam segi pemikiran hukum

Beberapa divergensi antara fatwa Lajnah Daimah No. 22.935 tentang MLM dengan fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/ 2009 tentang PLBS adalah sebagai berikut:

1. Tidak membedakan skema piramida dan MLM secara umum

Diskursus Lajnah Daimah mengenai MLM dan sistem piramida, bahwa Lajnah Daimah tidak membedakan MLM (يكتبشلا قيوستلا) dan sistem piramida (يهرلا قيوستلا) keduanya sama. Menurutnya setiap orang yang bergabung akan berusaha memberikan pemahaman kepada orang lain agar ikut bergabung setelah dia, dan memperoleh sejumlah uang yang besar apabila ia juga berhasil merekrut orang lain untuk bergabung inilah yang disebut dengan al-taswiq al harami (skema piramida) atau al-taswiq al-shabaki (networking marketing/MLM). Padahal fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 menyatakan bahwa kegiatan penghimpunan dana yang memberikan komisi dari hasil perekrutan anggota baru tergolong money game dan dilarang di Indonesia. Perbedaan pandangan mengenai makna MLM dan Skema piramida inilah yang kemudian membedakan hukum antara Lajnah Daimah dan DSN MUI.

2. Pandangan hukum mengenai kamufase produk

Lajnah Daimah berpandangan bahwa praktik bisnis yang dijalankan MLM hanya melakukan transaksi jual beli uang, sedangkan jika ada produk, maka produk tersebut hanya kamufase saja. Sedangkan DSN MUI berpandangan setiap perusahaan yang masuk dalam model bisnis MLM harus menjual produk baik barang maupun jasa, jika tidak maka tergolong money game dan dilarang.

B. Fatwa DSN MUI vs Dar al-Ifta Mesir

Dar al-Ifta merupakan lembaga Fatwa resmi Mesir yang berdiri sejak tahun 1895M. pada awalnya fatwa Dar al-Ifta merupakan sesuatu yang mengikat, kepada lembaga pengadilan di Mesir, tetapi sejak tahun 2007 lembaga ini diotonomikan dari Kementerian Keadilan, baik secara finansial maupun kelembagaan.

Fatwa Ulama Mesir tentang MLM tergolong unik, kesimpulan pendapat Dar Al-Ifta Mesir mengenai MLM adalah haram, tetapi menurut sumber lain, ulama Al-Azhar konon telah menerbitkan fatwa tentang MLM yang menyatakan bahwa MLM merupakan bisnis yang halal karena tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini diperkuat dengan temuan di dalam fatwa yang dipublikasikan pada bagian redaksi telah di edit.

السؤال يتضمن الاستفتاء عن حكم التسويق الهرمي الذي تقوم به
 علماً بأن دار الإفتاء المصرية قد أصدرت من نحو (Q.Net) شركة
 ستة أشهر فتوى بجواز هذا النوع المعاملات, ثم امتنعت عن إصدار
 حكم بشأنها بعد ذلك لحين الانتهاء من الدراسة

“Pertanyaan yang mencakup permintaan fatwa tentang hukum MLM yang dilakukan perusahaan Q.Net, untuk diketahui bahwa Lembaga Fatwa Darul Ifta telah menerbitkan fatwa kebolehan MLM sekitar enam bulan lalu, kemudian dianulir terbitnya karena kasus masih dalam pengkajian”.

Dar al-Ifta menjelaskan bahwa perubahan pendapat hukum mengenai MLM terjadi karena adanya tasawwur (pemahaman) yang berbeda terhadap masalah dari satu masa ke masa yang lain. Hal ini bisa disebabkan oleh kondisi riil bisnis, atau kondisi perusahaan yang mengalami evolusi sistem, atau mungkin bisa juga karena pengetahuan mufti yang berubah karena ada informasi yang telah masuk dan berkembang. Ini bisa dianalogikan ketika Imam Syafi’i memiliki Qaul Qadim (pendapat lama) ketika masih tinggal di Iraq, dan Qaul Jadid (pendapat baru) ketika beliau tinggal di Mesir.

1. Konvergensi

a. Dar al Ifta tidak mencantumkan nama pihak atau lembaga yang meminta fatwa, seperti halnya yang dilakukan oleh DSN MUI

b. Kesamaan dalam objek akad, Dar al Ifta dan DSN MUI menyebutkan objek akad dalam bisnis MLM adalah produk barang dan jasa.

c. MLM merupakan bisnis model baru, sehingga penetapan hukumnya harus melalui tahapan dan proses. Dar al-Ifta menyebutkan empat tahapan dalam penetapan hukum diantaranya, taswir (menggali informasi terkait produk barang atau jasa yang ditanyakan), takyif (kategorisasi masalah terkait fikih), bayan (penjelasan hukum yang ditanyakan, dan tanzil (penerbitan fatwa).

2. Divergensi

a. Struktur fatwa Dar al-Ifta hampir mirip dengan struktur fatwa Lajnah Daimah Saudi Arabia. Seperti redaksi istifta (pertanyaan) dalam teks yang terpublikasikan, juga dicantumkan nama perusahaan yang ditanyakan yaitu Q.Net, meskipun redaksinya dengan sedikit editan dari pihak Dar al-Ifta.

b. Fatwa yang diterbitkan oleh Dar al-Ifta bersifat terbatas dan spesifik untuk diterapkan pada suatu perusahaan yang terkait dengan penanya, atau model bisnis perusahaan yang mirip. Sedangkan dalam fatwa DSN MUI fatwa bersifat

umum dan tidak spesifik untuk satu perusahaan saja yakni fatwa tentang PLBS.

c. Penyampaian jawaban dari Dar al-Ifta secara to the point, tidak dicantumkan dalil naqli yang terkait dengan jawaban dalam fatwa. Artinya tidak diklasifikasikan khusus. Sedangkan fatwa DSN MUI ada mukaddimah, konsiderannya.

d. Fatwa Dar al-Ifta mengenai MLM tidak terkait dengan pertimbangan hukum atau perundang-undangan di Mesir, sedangkan fatwa DSN MUI memberikan ruang kepada aturan hukum positif yang berlaku di Indonesia.

e. Pada bagian akhir fatwa Dar al-Ifta tidak dicantumkan nama-nama pengurus lembaga fatwanya sebagai penanggung jawab fatwa. Karena semua pertanyaan masuk ke redaksi Grand Mufti yang ditunjuk oleh presiden.

C. Fatwa DSN MUI vs Markaz al-Fatwa Qatar

1. Konvergensi

Secara umum Markaz al-Fatwa, seperti halnya Dar al-Ifta dan Lajnah Daimah memiliki persamaan dengan lembaga fatwa Timur Tengah, seperti redaksi pengajuan pertanyaan dan penerbitan fatwanya. Hanya saja lembaga ini berada dibawah Kementrian Wakaf dan Urusan Keislaman artinya lembaga milik pemerintah, melayani fatwa secara online dan offline.

2. Divergensi

a. Markaz al-Fatwa dapat menerima pertanyaan dari personal maupun lembaga, sedangkan DSN MUI hanya menerima pertanyaan dari perusahaan atau lembaga yang bukan personal. Oleh karena itu tak heran jika fatwa yang dikeluarkan oleh Markaz Fatwa sudah mencapai sekitar 380.000 (tiga ratus delapan puluh ribu) fatwa, selama kurun waktu 1998-2018, sedangkan DSN MUI hanya menerbitkan 112 fatwa sejak 1999-2018.

b. Tim Markaz al-Fatwa beranggotakan

beberapa ulama Qatar dan mahasiswa berpresatasi, sedangkan DSN MUI terdiri dari ulama-ulama-ulama yang kompeten di bidangnya umumnya sudah menyelesaikan jenjang magister (S2) bahkan banyak yang sudah bergelar doctor dan professor.

c. Prosedur penerbitan fatwa Markaz al-Fatwa lebih sederhana mulai dari istiqbal (penerimaan pertanyaan) melalui email atau akes website, lalu tahrir al fatwa (pembuatan redaksi fatwa), lalu murajaah al-fatwa (pengecekan fatwa), tadqiq (detailing fatwa), dan terakhir nasyrul fatwa (penerbitan fatwa)

d. Menurut Markaz al-Fatwa, MLM sama hukumnya dengan money game seperti halnya yang dipilih oleh Lajnah Daimah Saudi Arabia. Dalam fatwa Markaz al-Fatwa nomer 138.020 menyebut istilah al-Shabaki dan al-harami menjadi satu frase, juga terdapat fatwa no 305.485 dengan judul hukmu al-taswiq al Shabaqi al-Harami. Dan untuk selanjutnya hampir sama dengan lembaga Fatwa Lajnah Daimah.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini, terkait fatwa ulama Indonesia yaitu fatwa DSN MUI no. 75/ DSN MUI/VII/2009 tentang “Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah” sekaligus komparasi dengan fatwa ulama Timur Tengah maka penulis kemudian memberikan kesimpulannya yaitu:

1. Ulama Indonesia dan Ulama Timur Tengah memiliki perbedaan tasawwur (gambaran) tentang MLM, perbedaan ini pula akhirnya memberikan perbedaan dalam pandangan hukum mengenai MLM. Menurut DSN-MUI, MLM dan skema piramida (money game) merupakan sesuatu yang berbeda. Sedangkan menurut Ulama Timur Tengah, MLM dan skema piramida merupakan hal yang sama. Menurut Ulama Timur Tengah skema piramida dilarang karena mengandung unsur-unsur terlarang dalam Islam yaitu (excessive mark

up, passive income, maysir, riba fadl dan riba nasiah. Alasannya MLM atau skema piramida tujuan utamanya adalah bonus dan perekrutan anggota baru. Sementara DSN MUI dalam fatwa terkait MLM memberikan 12 (dua belas) persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan model bisnis MLM dalam diksi “Penjualan Langsung Berjenjang Syariah”. Penggunaan kata “penjualan” sekaligus merupakan isyarat bahwa MLM adalah kegiatan bisnis produk barang dan jasa bukan hanya sekedar merekrut anggota baru.

2. Metode ijtihad yang digunakan oleh DSN MUI lebih banyak menggunakan metode istishlahi (pertimbangan kemaslahatan) dalam masalah masalah kontemporer yang belum ditemukan baik didalam Al-Qur’an maupun Hadith. Juga mempertimbangkan maqashid syariah yaitu hifd al-mal (perlindungan terhadap harta) dan hifd al-din (perlindungan terhadap agama)

3. Benang merah persamaan fatwa DSN MUI dengan tiga lembaga fatwa Timur Tengah (Lajnah Daimah Saudi Arabia, Dar al-Ifta Mesir dan Markaz al-Fatwa Qatar) bahwa MLM atau apapun bentuk bisnis yang mengandung unsur maysir (judi) money game, riba, gharar, kebohongan, kamufase dalam akad excessive mark up, kezaliman pada dowline sehingga menciptakan passive income bagi member yang tergabung lebih dahulu hukumnya adalah haram.

4. DSN MUI tidak memberikan vonis haram kepada praktik bisnis MLM yang sudah berjalan selama ini, namun memberikan solusi, lebih akomodatif dan guidance bagi dunia usaha dan praktisi bisnis MLM yang ingin menjalankan bisnisnya sesuai prinsip syariah melalui dengan ketentuan memenuhi dua belas persyaratan seperti tercantum dalam fatwanya, DSN MUI ibarat konsultan bisnis syariah, sementara fatwa Ulama Timur Tengah lebih mendekati lembaga peradilan yang memvonis suatu perkara dengan halal atau haram, tanpa memberikan solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- AAOIFI Al-Ma’ayir al-Shari’ah -al-Nas al-Kamil li al-Ma’ayir al-Shariyyah:2007
- Abu Daud, Sulaiman bin Al-Ash’ath al-Sijistani, Sunan Abi Daud, Beirut, Al Maktabah Al-Asriyyah
- Al-Uthaimin, Muhammad bin Shalih, Al-Ushul min Ilmi Al-Ushul, Saudi Arabia: Dar Ibnu Al Jauzi, Cet IV, vol, I, 2009
- Al-Ashabani, Abu Naim Ahmad bin Abdullah bin Ahmad, Hilyatul Awlia wa Tabaqatu al-Asfiya, Mesir: As Saadah, IV, 1974
- BAI-Ashqar Al-Utaibi, Muhammad bin Sulaiman, Af’alu al-Rasul wa Dalalatuha ‘ala al-Ahkami al-Shar’iyyah, Beirut: Ar-Risalah Publishing, Cet 6, 2003
- Bahauddin, Moh. “Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Islam, Jurnal ASAS, Vol 3 No 1, (2011)
- DSN MUI, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Jakarta: DSN MUI-Bank Indonesia, Cet I, 2010
- Emek, Yuval & Ron Karidi, Aviv Zohar dan Tennenhold Moshe, “Mechanisms for Multi Level Marketing,” ACM Digital Library (2011)
- Fauzi, Niki Alma Febriana,”Fatwa di Indonesia:Perubahan Sosial, Perkembangan dan Keberagaman, Jurnal Hukum Novelty, Vol 8 No 1(2017)
- Gayo, Ahyar Ari & Ade Irawan Taufik,”Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Dalam Mendorong Perkembangan Bisnis Perbankan Syariah (Perspektif Hukum Perbankan Syariah) Jurnal Recht Vinding, Media Pembinaan Hukum Nasional Vol 1 No. 2(2012)
- Hadjar, Ibnu. “Syariat Islam dan Hukum Positif di Indonesia,”Jurnal Al Mawarid, edisi XVI (2006)
- Hasounah, ‘Arif Izzuddin Hamid, Manhaj al-Ijtihad al-Fiqhiy al-Mu’asir, Yordan; University

- of Jordan 2005
- Ibnu ‘Ashur al-Tunisi, Muhammad al-Tahir bin Muhammad bin Muhammad Al-Tahir, Maqasidu al-Shari’ah al-Islamiyah, editor Muhammad al Habib Ibn al-Kaujah, Qatar; Kementerian Wakaf dan Urusan Keislaman, 2004.
- Ibnu Al-Jauzi, Abu Al-Faraj, Abdu Al-Rahman bin ‘Ali bin Muhammad, Zadu Al-Masir fi Ilmi Al-Tafsir, Beirut; Dar Al-Kitab Al-Arabi, Cet 1, 1422.
- Ibnu Al-Munzhir, Abi Hatim, Abu Muhammad Abdurrahman Abdurrahman bin Muhammad bin Idris, Al Jarh wa-al Ta’dil. Beirut: Dairah al-Maarif al-Uthmaniyah, Cet 1, 1952
- Majelis Ulama Indonesia, Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia, Jakarta. Edisi III, 2010
- Meera, Ahmad Kameel Maydin dan Dzulastri Abdul Razak, Islamic bithaman ‘ajil Conytract: A Comparative Analysis, <http://irep.iium.edu.my/9713>, 2017.
- Nat, Peter J Vander and William W Keep. “Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multi Level Marketing From Pyramid Schemes in the United States-An Historical Analysis”, Journal of Historical Research in Marketing, Vol 6 Issue 2, 2014.
- Pedrood, Nastaran & Hadi Ahmad & Hussein A Charafeddine. “Systematic Profitability Analysis of Binary Network Marketing Organizations”, Direct Marketing An International Journal, Vol 2 Issue, 2014.
- Suhaib, Abdu Al-Jabbar, Al-Jami al-Shahih li al-Sunan wa al-Masanid, 33, 70.
- Yusuf, Muhammad, Modernitas dan Keindonesiaan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (Disertasi) Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016
- Zaman, Muhammad Qasim. The Ulama in Contemporary Islam-Custodian Of Change, (New Jersey, Princetown University Press,

2002.

