

# KONSEP BISNIS MULTILEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH

---

Oleh :

**Anis Tyas Kuncoro**

*Dosen Fakultas Agama Islam UNISSULA*

## **Abstrak**

Dalam kajian ekonomi kontemporer, konsep ekonomi alternatif yang berbasiskan pada nash-nash syar'i dan teori-teori fikih atau *al-ushul al-fiqhiyyah* telah dipopulerkan oleh para ahli dengan istilah Ekonomi syari'ah. Sesungguhnya basis mendasar tentang ekonomi syariah adalah terletak pada tatanan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai ketuhanan. Ia bertitik tolak dari Tuhan dan memiliki tujuan akhir pada Tuhan, dengan pilar utama keadilan, kehalalan dan kemanfaatan. Ketiganya mempunyai akar dan cabang serta pengaruh bagi aspek-aspek ekonomi dan perdagangan, baik dari segi produksi, konsumsi maupun distribusi berikut transaksi bisnis lainnya.

Sesungguhnya di dalam aktifitas bisnis adanya anggapan yang disebut dengan bisnis amoral secara tegas dinafikan dalam Islam, karena bisnis adalah suatu aktifitas yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat pada umumnya yang terkait dengan memproduksi, mendistribusikan, menjual dan membeli barang yang perhatiannya bukan semata-mata pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya tapi juga memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal, yaitu nilai akhlakul karimah.

Oleh karenanya, salah satu hal mendasar yang harus senantiasa dikedepankan dalam aktifitas membangun jejaring bisnis dan ekonomi, termasuk di dalamnya bisnis MLM, adalah keadilan dan keseimbangan, yaitu dengan mengedepankan desain kerangka dunia bisnis dan perekonomian yang paralel dengan kohesivitas komunikasi secara vertikal (nilai-nilai ketuhanan) yang menjejewantah dalam nilai-nilai kemanusiaan sehingga para pelaku yang terlibat di dalamnya senantiasa berorientasi pada perolehan keseimbangan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*.

**Kata Kunci :** Multilevel Marketing, ekonomi syari'ah, gharar, riba, iktilas.

## PENDAHULUAN

Dalam era pasar bebas (*free market*), masyarakat akan ditawarkan dengan pelbagai macam produk yang datang dari berbagai penjuru dunia tanpa adanya halang rintang perdagangan. Tidak ada lagi bea masuk atas barang impor dengan alasan untuk melindungi produk dalam negeri dari persaingan bisnis, dan tidak ada lagi subsidi produk dalam negeri untuk rakyat agar harga produk lokal lebih murah dibanding produk impor.

Realita tersebut merupakan konsekuensi logis dari eksistensi negara sebagai bagian dari anggota masyarakat dunia. Terlebih negara kita, Indonesia adalah salah satu Negara pendiri WTO (World Trade Organization) yang ikut menandatangani Perjanjian WTO pada bulan April 1994, yang intinya bahwa era perdagangan bebas hambatan akan mulai diberlakukan untuk Negara berkembang pada tahun 2020.<sup>1</sup> Artinya sebelas tahun ke depan, bangsa Indonesia harus siap menerima realita di atas dengan sebarangpun tingkat kesiapan infrastruktur ekonomi yang ada.

Di tengah-tengah situasi tersebut, tentunya akan banyak problema yang dihadapi oleh umat Islam sebagai mayoritas dan sasaran konsumen yang dibidik terutama dalam hal masalah nilai dan mutu produk. Tentunya, kita tidak ingin menjadi konsumen "empuk" yang mudah ditipu atau diiming-iming dengan produk impor dengan tanpa adanya pengenalan yang baik terhadap nilai dan mutu produk, baik dari tingkat kesehatan, keamandalan, maupun kehalalannya. Oleh karenanya, dalam konteks demikian setiap orang dituntut untuk lebih mengenal lebih jauh tentang berbagai produk yang ditawarkan beserta produsen yang menawarkan.

Dengan mengenal lebih baik berbagai produk barang ataupun produsen yang mengeluarkannya, setiap konsumen dapat memahami secara benar tentang pameo dalam transaksi jual beli "Pembeli (konsumen –pen.) adalah raja", dengan sah dan proporsional. Yang demikian dikarenakan konsumen akan dapat lebih leluasa untuk memilih dan menentukan produk yang ditawarkan atau produsen yang menawarkannya yang cocok dan sesuai dengan nilai, mutu standar kesehatan dan kehalalan atau dengan bahasa syara' yang populer disebut dengan istilah *halaalan thayyiban*.

Pandangan tersebut bukan dimaksudkan untuk mempersempit ruang gerak transaksi dan relasi usaha antara produsen dan konsumen ataupun sebaliknya. Namun yang demikian, tidak lebih kecuali ditujukan untuk

---

<sup>1</sup> Ali Yafie dkk., *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Jakarta : Teraju, 2003), Cet. I, hal. 201

memelihara keseimbangan antara hak dan kewajiban masing-masing sehingga terhindar dari praktek transaksi *gharar* dan *zalim*. Terlebih di saat sekarang ini, penduduk Indonesia yang mayoritas muslim adalah merupakan pasar produktif bagi para produsen dalam penjualan produk, tidak terkecuali produk-produk impor yang "samar" keandalan nilai, mutu atau bahkan kehalalannya, seperti kita ketahui bahwa belakangan ini pasar domestik sedang marak dibanjiri oleh pelbagai produk olahan luar negeri terutama Negara Cina yang ternyata mengabaikan kualitas dan standar mutu kesehatan.

Lain daripada itu, kecilnya peran yang dimainkan para produsen lokal apalagi masyarakat muslim dalam upaya meningkatkan kualitas perekonomian dan perdagangan telah menimbulkan berbagai stigma negatif tentang kemampuan umat di bidang yang satu ini, maka ketika muncul pelbagai bentuk konsep dan usaha transaksi keuangan yang berbasis syari'ah seperti perbankan syari'ah, pegadaian syari'ah, asuransi syari'ah, koperasi jasa keuangan syari'ah dan lain-lain adalah merupakan angin segar dan solusi alternatif bagi umat untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan ekonomi. Dan yang lebih menarik adalah munculnya jaringan usaha dagang yang lebih dikenal dengan sebutan MLM (*Multilevel Marketing*) berbasis syari'ah sebagai alternatif dari keberadaan MLM-MLM yang kebanyakan berasal dari negara luar.

Paling tidak, kehadiran MLM syari'ah dapat memberikan warna berbeda dan pilihan tersendiri bagi para konsumen khususnya masyarakat muslim dalam percaturan bisnis pemasaran dan penjualan produk ala MLM yang asalnya dari Negara adidaya Amerika Serikat.

## **DEFINISI DAN SEJARAH MULTILEVEL MARKETING**

Di era global, dunia bisnis semakin maju dan banyak terobosan yang dilakukan, utamanya dalam mengantisipasi kompetisi dan dinamika aktifitas usaha para pebisnis. Arah bisnis yang pada awalnya tertuju pada berbagai pola dan strategi raihan laba yang sebesar-besarnya berganti menjadi memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Salah satu bidang yang memainkan peran menonjol dalam percaturan dunia bisnis adalah bidang pemasaran. Pemasaran adalah merupakan bagian penting dalam manajemen perusahaan dalam memperkenalkan produk guna merebut pangsa pasar. Media pemasaran suatu produkpun banyak ragam jenis dan metodenya, dari yang bersifat

konvensional baku seperti promosi dan periklanan sampai dengan yang modern fenomenal seperti TV shopping dan MLM (*Multilevel Marketing*). Namun dari beberapa model pemasaran di atas, yang banyak dan sering menjadi berita menarik dan pembicaraan umum, baik positif maupun negatif adalah model pemasaran MLM.

Multilevel Marketing atau yang terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.<sup>2</sup>

*Multilevel Marketing* adalah merupakan sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Singkatnya, bahwa *Multilevel Marketing* adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.<sup>3</sup>

Sistem MLM sesungguhnya sudah ada semenjak tahun 1930 di Amerika Serikat, dengan perusahaan pertamanya yang memasarkan produk-produk makanan tambahan (*nutrilite*) yang didistribusikan dengan penjualan langsung. Kemudian pada tahun 1959 muncul perusahaan MLM lain, di antaranya Amway yang merupakan perusahaan MLM terbesar di dunia.

Di Indonesia, bisnis MLM mulai ada sejak tahun 1992 ketika bisnis MLM Amway diperkenalkan. Namun sebenarnya, pada tahun 1986 sebuah perusahaan MLM telah didirikan di Bandung dengan nama Nusantara Sun Chorelatama yang kemudian berubah nama menjadi CNI.<sup>4</sup>

Perkembangan bisnis MLM semakin menjanjikan dari tahun ke tahun dan menjadi stimulus bagi sebagian orang untuk memanfaatkan peluang pasar bisnis MLM dengan bisnis yang serupa dan dengan cara yang lebih mudah, dengan iming-iming keuntungan berlipat secara ekonomi dan

---

<sup>2</sup> Peter J. Cloither, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing : Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1994), h. 10

<sup>3</sup> Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, Republika, (Jakarta : 15 Pebruari 2002), h. 9

<sup>4</sup> Peter J. Cloither, Loc.Cit.

finansial sehingga tidak jarang di antara mereka yang berakhir dengan penipuan seperti kasus BMA (Banyumas Mulia Abadi) dan yang belakangan ini ramai dibicarakan orang, yaitu KSU Prasetya Nugroho di Semarang. Lain daripada itu juga masih banyak pelbagai raga model jenis bisnis MLM yang menyimpang dari konsep dan aturan main bisnis MLM yang sebenarnya, antara lain Sistem Piramid, *Money Game*, *Get Rich Quick Scheme*, Arisan Berantai dan lain sebagainya. Pada sistem-sistem tersebut, ada banyak praktek korup, penipuan dan kecurangan yang mengarah pada malpraktek bisnis yang dilarang syari'at yaitu praktek *gharar*, *maisir* dan *zalim*, dimana *upline* mengambil keuntungan dari *downlinenya*, sedang *downline* mendapatkan ketidakpastian akan hasil yang diperolehnya. Dan pada umumnya, *downline* tidak punya kesempatan untuk lebih maju dari *uplinenya*.

Lain daripada itu, malpraktek bisnis MLM dapat juga terjadi pada produknya, dimana produknya tidak berupa sesuatu apapun melainkan hanya semacam *money game* (permainan uang). Di samping itu pula, terkadang harga produk yang dipasarkan *dimark-up* hingga 400% atau lebih dari nilai jual yang wajar. Dampak negatifnya, banyak calon distributor yang dikecewakan dan tertipu sehingga menimbulkan sikap apriori.

Namun demikian, para pakar marketing dunia meyakini bahwa bisnis MLM sebagai salah satu penemuan monumental abad XX. Karena tidak ada satupun *marketing system* yang ada saat ini dianggap mampu menandingi keluwesan, kedinamisan dan kesempatan yang bisa diberikan oleh sistem bisnis MLM, baik dari sisi produsen, marketing company maupun dari sisi distributor dan konsumen. Bisnis yang diyakini mampu bertahan pada abad XXI adalah yang mampu menciptakan "*Learning Organization*" pada kinerja usahanya. "Belajar" merupakan langkah awal untuk melakukan bisnis MLM.<sup>5</sup> Jadi inti dari kinerja dan operasional bisnis MLM adalah bertumpu pada dinamika lingkaran kerja pelakunya yang senantiasa berorientasi pada proses belajar.

#### **AWAL BERDIRI MULTILEVEL MARKETING SYARI'AH (MLM SYARI'AH)**

Kinerja operasional yang kurang etis dan merugikan konsumen yang ditunjukkan oleh beberapa oknum pelaku bisnis MLM sebagaimana telah

---

<sup>5</sup> [www.Ahad-Net International.com](http://www.Ahad-Net International.com)., "*MLM Asli versus MLM Aspal*", h. 1

diterangkan sebelumnya telah memberikan inspirasi kreatif dan inovatif di kalangan pelaku bisnis muslim dalam membaca peluang bisnis dengan cara membangun *marketing system* yang sesuai dengan tuntunan syari'ah. Apalagi pada saat itu, kondisi riil bisnis MLM masih cenderung memiliki prospek baik di kalangan pangsa pasar masyarakat muslim Indonesia, di samping makin menjamurnya berbagai aktifitas ekonomi syari'ah baik di bidang keuangan perbankan maupun keuangan non-perbankan.

Dalam konteks yang demikian inilah maka selanjutnya muncul ide atau gagasan di kalangan pelaku bisnis muslim tentang model bisnis MLM Syari'ah. Mereka adalah H. Setyotomo, H. Muhammad Hidayat, KH. Ma'ruf Amin, H. Ateng Kusnadi, H. Abdul Halim dan H. Danny Ramadhani, di bawah bendera PT Ahad Net International.<sup>6</sup>

Berbeda dengan bisnis MLM konvensional yang telah ada seperti Amway, Avon, CNI, Foreveryoung dan lain-lain, bisnis MLM *ala* PT Ahad Net International kental sekali dengan nuansa agama Islam, baik dalam tingkatan operasional, *reward*, produk maupun *profitnya*. Seluruh aktifitas bisnisnya didasari oleh semangat menjalankan tuntutan agama sebagaimana ditentukan oleh syari'at. Oleh karenanya mereka menyebutnya dengan MLM Syari'ah.<sup>7</sup> Atau dengan kata lain, MLM Syari'ah adalah sebuah sistem pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syari'ah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah.<sup>8</sup>

Sedang menurut Ahmad Teguh Wibowo Yusuf, MLM merupakan sistem "getok tular" (informasi) yang berjalan dari mulut ke mulut dan konsep ini sebenarnya sudah diterapkan oleh Rasulullah SAW dalam mengembangkan misi dakwahnya, dimana Rasulullah menyampaikan risalah Islam kepada isteri, keluarga dan sahabatnya baru kemudian kepada masyarakat luas. Sama halnya dengan sistem MLM yang merupakan sistem levelisasi atau sponsorisasi.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> [www.Ahad-Net International.com](http://www.Ahad-Net International.com)., "*MLM Asli versus MLM Aspal*", h.. 1

<sup>7</sup> [www.Ahad-Net International.com](http://www.Ahad-Net International.com)., "*Geliat MLM Jalur Putih*", h. 1

<sup>8</sup> Agustino, *Op.Cit.*, h. 8

<sup>9</sup> Ahmad Teguh Wibowo Yusuf, *Dialog MLM Syari'ah*, (Jakarta : Ahad-Net, 2002), h. 3

## **PRINSIP-PRINSIP BISNIS PERDAGANGAN (*TIJARAH*) DALAM PERSPEKTIF FIKIH MUAMALAH (STUDI ANALISIS BISNIS MULTILEVEL MARKETING)**

Untuk mengkaji secara cermat bagaimana sesungguhnya pandangan Islam tentang status hukum MLM sehingga diperoleh kejelasan hukumnya, maka yang menjadi fokus kajian adalah prinsip-prinsip bisnis perdagangan (*tijarah*) dalam perspektif fikih muamalah. Karena sesungguhnya *framework* mendasar tentang Islam tidak dapat dipandang dari sudut ibadah ritual semata, namun lebih dari itu, Islam adalah *way of life* yang memiliki nilai-nilai universal dan komprehensif, menyangkut seluruh aspek kehidupan masyarakat termasuk aspek ekonomi dan keuangannya, yang populer dengan istilah muamalah.

Dalam kajian ekonomi kontemporer, konsep ekonomi alternatif yang berbasiskan pada nash-nash syari'ah dan teori-teori fikih atau *al-ushul al-fiqhiyyah* telah dipopulerkan oleh para ahli dengan istilah, Ekonomi Syari'ah. Sesungguhnya basis mendasar tentang ekonomi syari'ah adalah terletak pada tatanan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai ketuhanan. Ia bertitik tolak dari Tuhan dan memiliki tujuan akhir pada Tuhan, dengan pilar utama keadilan, kehalalan dan kemanfaatan. Ketiganya mempunyai akar dan cabang serta pengaruh bagi aspek-aspek ekonomi dan perdagangan, baik dari segi produksi, konsumsi maupun distribusi berikut transaksi bisnis lainnya.

Berangkat dari konsep dasar tersebut, para ahli telah berusaha untuk merumuskan dan mengembangkan berbagai bentuk aktifitas transaksi bisnis yang berkembang di kalangan masyarakat luas dengan mendasarkan pada sumber-sumber hukumnya yang asasi yaitu al-Qur'an, Sunnah dan Ijtihad para ulama.

Ada beberapa prinsip bisnis perdagangan (*tijarah*) dalam perspektif fikih muamalah yang dapat dijadikan dasar pengembangan aktifitas transaksi bisnis dan perekonomian modern, yaitu :

1. Sesungguhnya syari'at Islam telah mendorong umatnya untuk memperoleh kesuksesan hidup bahkan menganjurkan mereka agar tidak hanya mampu mencukupi kebutuhan hidup melainkan juga dapat meraih "yang lebih" (QS. al-Baqarah : 198);
2. Syari'at Islam mengakui bahwa kuantitas rezeki umat terkonsentrasi pada bisnis perdagangan, oleh karenanya syari'at

Islam memberi perhatian yang besar pada masalah perdagangan, yang demikian ditunjukkan dengan pernyataan tegas al-Qur'an tentang kehalalan jual-beli dan keharaman riba dalam mencapai keamanan di bidang ekonomi (QS. al-Baqarah : 275);

3. Kegiatan bisnis perdagangan tidak hanya dipandang sebagai aktifitas komersial semata melainkan juga merupakan wujud dari ibadah dalam pengertiannya yang luas, yang meliputi saling kenal mengenal, silaturahmi dan interaksi berihsan (QS. adz-Dzariyat : 56);
4. Islam memberikan jalan lebar bagi manusia untuk berimprovisasi dan berinovasi dalam mengenal sistem, teknis dan mediasi bisnis perdagangan; sebagaimana dinyatakan dalam adagium ushul fikih :

الاصل في المعاملة الاباحة الا ما دل الدليل على خلافه

"Hukum asal muamalah (termasuk perdagangan dan segala macam transaksi yang berkaitan) adalah mubah selama tidak ada pernyataan dalil yang menyatakan kebalikannya"

5. Bisnis perdagangan yang dilakukan dalam bentuk apapun harus senantiasa memenuhi rukun jual-beli serta akhlak yang baik. Di samping itu, komoditas yang akan diperjual-belikan harus halal dan dengan menggunakan modus penawaran produk (promosi) yang senantiasa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan.<sup>10</sup>

Prinsip-prinsip tersebut adalah merupakan bangunan asas dalam perspektif fikih muamalah bagi para pemerhati dan pelaku bisnis dagang muslim dalam mengorganisir kegiatan-kegiatan perekonomian sehingga nilai etika Islam dalam dunia bisnis perdagangan dapat teraktualisasikan. Yang demikian menjadi prioritas utama, karena setiap orang mengakui bahwa dalam aktifitas bisnis termasuk perdagangan, persaingan antara pelaku sangatlah ketat.

Oleh karenanya, bisnis sering diibaratkan dengan pertarungan yang pelakunya dituntut berani mengambil resiko dan berani berspekulasi. Namun para pelaku bisnis kadangkala lupa bahwa yang dipertaruhkan tidak

---

<sup>10</sup> Drs.H. Mohamad Hidayat, MBA., MBL., *Analisa Teoritis Normatif Multilevel Marketing dalam Perspektif Muamalah*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2003), h. 8

hanya sebatas materi dan finansial belaka, namun juga harkat dan martabat diri sendiri sebagai aktor dalam dunia bisnis<sup>11</sup>.

Berangkat dari prinsip-prinsip tersebut di atas, maka sesungguhnya di dalam aktifitas bisnis adanya anggapan yang disebut dengan bisnis amoral secara tegas dinafikan dalam Islam, karena bisnis adalah suatu aktifitas yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat pada umumnya yang terkait dengan memproduksi, mendistribusikan, menjual dan membeli barang yang perhatiannya bukan semata-mata pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya tapi juga memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal, yaitu nilai akhlakul karimah.

Terkait dengan maraknya aktifitas bisnis MLM, maka setiap pelaku bisnis tersebut harus mengenal baik dan mampu menjabarkan dengan benar seluruh prinsip-prinsip bisnis perdagangan dalam perspektif fikih muamalah sebagaimana telah disebutkan agar dapat terhindar dari praktek bisnis yang menyimpang dari konsep sebenarnya atau menjelma menjadi bisnis yang diharamkan oleh syariat, yang cenderung mengarah pada praktek bisnis *gharar* atau *maisir* atau *ikhtilas*.

Adapun hal-hal yang harus dicermati dalam praktek bisnis MLM antara lain adalah :

1. Konsep halal haram, maka si penjual harus benar-benar mengerti perbedaan antara halal dan haram, yang bukan hanya terletak pada pencapaian hasil semata tetapi juga proses atau cara mendapatkannya;
2. Mengingat dasar utama aktifitas bisnis MLM adalah *marketing* atau pemasaran maka penawaran produk atau promosi adalah merupakan inti dari aktifitas bisnis tersebut. Metode promosi yang baik adalah yang memenuhi unsur-unsur *ta'aruf*, silaturahmi, dakwah dan tarbiyah<sup>12</sup>. Dalam hal ini Rasulullah SAW telah memberikan tuntunan dan teladan baik tentang promosi dalam bisnis perdagangan, yaitu :
  - a. Tidak ada manipulasi dan tipu daya, sebagaimana diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra, beliau berkata : Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda, "Yang dinamakan

---

<sup>11</sup> Sony Keraf, Etika Bisnis, (Yogyakarta : Kanisius, 1991), h. 75

<sup>12</sup> Mohamad Hidayat, *Loc.Cit.*

bisnis dagang dengan sumpah palsu adalah usaha bisnis untuk melariskan barang dagangannya dengan cara yang tercela (curang). HR. Bukhori Muslim;

- b. Tidak ada keterangan dan pengakuan fiktif, yang biasanya dilakukan dengan cara menyebar kebohongan bahwa barang dagangannya telah ditawarkan oleh banyak pembeli padahal tidak demikian kenyataannya;
  - c. Tidak ada iklan yang menyesatkan, yakni dengan memberikan keterangan atau keadaan yang tidak sebenarnya tentang produk barang yang dijual;
  - d. Tidak melanggar akhlakul karimah;
  - e. Tidak mendatangkan sesal di kemudian hari bagi konsumen.<sup>13</sup>
3. Dari segi insentif, penghargaan, hadiah dan sejenisnya yang diperuntukkan bagi anggota mitra harus berorientasi pada nilai-nilai ketuhanan, artinya jauh dari praktek konsumerisme, materialisme dan hedonisme;
  4. Dalam hal transaksi atau ikatan kerjasama bisnis perdagangan dengan pihak lain maka hal yang diutamakan adalah asas kebebasan berkehendak yang memenuhi prinsip-prinsip syariat, karena *setiap muslim terikat pada syarat-syarat yang telah mereka setuju bersama kecuali persyaratan yang menghalalkan sesuatu yang haram dan mengharamkan sesuatu yang halal* ;
  5. Adanya kewajaran dalam perolehan keuntungan dengan besaran nominal yang sesuai dengan prestasi yang dicapai dan dilakukan secara fair, saling rela dan menguntungkan (QS. an-Nisa : 29), lain daripada itu hal yang harus dipertimbangkan juga adalah bahwa besarnya upah tergantung pada tingkat kesulitan atau kesungguhan dalam berusaha;
  6. Perluasan jaringan atau peningkatan jumlah level yang dilakukan oleh para *up line*, pada orang-orang di bawahnya, yaitu para *down line*, harus senantiasa berorientasi pada pembinaan,

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 9

pengawasan dan keteladanan yang selaras dengan jiwa agama sehingga *applause* atau *gathering party* atas prestasi mereka tidak melampaui batas, yaitu jauh dari kultus individu dan sikap berlebihan lainnya karena dikhawatirkan akan mengarah pada perilaku *ujub*, *takabur* dan *kufur*;

7. Bisnis MLM yang baik adalah yang menjunjung dan mengedepankan empat hal, yaitu :
  - a. Jalinan *ukhuwwah Islamiyyah*;
  - b. Pembentukan jaringann ekonomi umat, baik berupa jaringan produksi, distribusi dan konsumen sehingga tercipta kemandirian dan kejayaan ekonomi umat;
  - c. Memperkokoh ketahanan akidah dari serbuan ideologi, budaya dan produk yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam;
  - d. Mengantisipasi dan mempersiapkan strategi dan daya maksimal dalam menghadapi era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi.<sup>14</sup>

Inilah beberapa pointer yang dapat dicermati dan dikritisi oleh para pemerhati dan pelaku bisnis, utamanya dalam mengaktualkan nilai-nilai Islam dalam dunia bisnis terutama bisnis MLM sehingga masyarakat muslim mempunyai alternatif pilihan menarik dari aktifitas bisnis MLM yang tengah menjamur dan berkembang luas di masyarakat, baik di wilayah perkotaan maupun pedesaan serta tidak terperangkap pada praktek bisnis MLM yang merugikan dan bertentangan dengan syariat. Untuk lebih jelasnya, lihat tabel perbedaan MLM Konvensional dan MLM yang sesuai dengan nilai dan aturan syariah di bawah ini :

---

<sup>14</sup> Ahmad Tegug Wibowo Yusuf, *Loc.Cit.*

No	UNSUR	MLM KONVENSIONAL	MLM SYARIAH
1	Sifat	Murni bisnis	Selain bisnis juga bertujuan untuk memberdayakan ekonomi umat dan dakwah
2	Orientasi	Duniawi semata	Dunia-akhirat
3	Kehalalan produk	Produknya belum tentu halal, tidak ada yang berkompeten dalam penentuan halal	Dijamin halal, karena ada Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi
4	Harga produk	Relatif sangat mahal dan eksklusif	Murah dan bersaing dengan harga pasar karena tidak <i>dimark-up</i>
5	Konsumsi produk	Setengah dipaksakan, karena kebanyakan hanya menjadi kebutuhan sekunder	Konsumsi yang wajar, karena menjadi kebutuhan orang dan keluarganya sehari-hari yang tetap harus dipenuhi dan harganya sesuai dengan pasaran
6	Strategi pemasaran	Bebas	Akhlakul karimah dan memenuhi rukun jual-beli
7	Struktur pengawasan	Dewan Komisaris	Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Komisaris
8	Bonus / Insentif	Pada tahap tertentu mendapat bonus wisata ke luar negeri yang berorientasi hedonisme	Bonusnya untuk hal-hal yang bermanfaat dan bernilai ibadah
9	Frekuensi pertemuan	Pertemuan menjadi media yang sangat vital untuk pengembangan jaringan dan dilakukan secara intensif dan formal karena melibatkan kalangan <i>middle to high-class</i>	Pertemuan hanya menjadi semacam katalisator dan sifatnya hanya pendukung serta insidental serta dapat diadakan dengan sangat informal karena sifatnya yang menjangkau seluruh kalangan
10	Produsen produk	Kebanyakan berasal dari luar negeri dan belum tentu muslim	Kebanyakan berasal dari dalam negeri dan pasti muslim

11	Prospek	Masih cukup besar	Sangat besar, di Indonesia saja yang mayoritas muslim adalah merupakan pangsa pasar potensial bagi bisnis MLM syariah
12	Kontribusi	Tidak ada, umat muslim hanya sekedar menjadi konsumen, sedang sumber daya dan finansial umat muslim hanya menjadi alat untuk mem-perkaya orang lain dan hanya sedikit yang tertinggal pada distributor-distributornya yang muslim	Ada kontribusi yang sangat positif, karena dilakukan oleh umat muslim dan untuk kesejahteraan umat muslim

Catatan : Dirangkum dari [www.Ahad-Net Internasional.com](http://www.Ahad-Net Internasional.com).

## PENUTUP

Bisnis perdagangan adalah suatu kegiatan ekonomi yang berkaitan langsung dengan kehidupan masyarakat, termasuk bisnis MLM, terjadi dan berlangsung di masyarakat dan dilakukan antara individu atau kolektif yang satu dengan yang lain sehingga terbentuk sebuah interaksi yang saling menguntungkan serta dilakukan secara sukarela, tanpa ada paksaan. Selanjutnya, Islam sebagai ajaran yang komprehensif telah memberikan dasar *maintenance* dalam menjaga keberlangsungan hubungan tersebut di atas, yaitu melalui aktualisasi akhlak Islam dalam dunia bisnis dan aktifitas perekonomian lainnya.

Dengan begitu, sesungguhnya pesan Islam dengan prinsip-prinsip muamalahnya bagi para pemerhati maupun pelaku pelbagai aktifitas transaksi bisnis dan perekonomian adalah membangun jejaring bisnis dan ekonomi yang adil dan seimbang dengan mengedepankan desain kerangka dunia bisnis dan perekonomian yang paralel dengan kohesivitas komunikasi secara vertikal (nilai-nilai ketuhanan) yang mengejewantah dalam nilai-nilai kemanusiaan sehingga para pelaku yang terlibat di dalamnya senantiasa berorientasi pada perolehan keseimbangan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*.

Konsekuensi logisnya, seluruh praktek bisnis dan aktifitas perekonomian harus senantiasa bertumpu pada nilai-nilai islami seperti konsep *ta'awun* (saling tolong menolong), *'adalah* (keadilan), dan *ibtigha' mardhatillah* (meraih keridhaan Allah atau membuat Allah ridha atau mencari kebaikan dari keridhaan Allah) sebagai *summum bonum* dari seluruh kebaikan, sedang hal-hal yang bertentangan dengannya harus dihindari sejauh mungkin sehingga kelangsungan bisnis dan usaha ekonomi lainnya tetap terpelihara, utamanya dalam aktifitas bisnis MLM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Iqbal Quraisy, *The Economics and Social System of Islam*, Lahore : Islamic Book Service, 1979.
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid 4, Yogyakarta : PT Dana Bhakti Wakaf, 1996.
- .....*Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, terj. Dewi Nurjulianti dkk, Jakarta : Swarna Bhumy, 1997.
- Agustino, *Prospek MLM Syariah di Indonesia*, Republika, Jakarta : 15 Pebruri 2002
- Ahmad Yusuf Teguh Wibowo, *Dialog MLM Syariah*, Jakarta : Ahad-Net, 2002
- Prof..KH. Ali Yafie dkk., *Fikih Perdagangan Bebas*, Jakarta : Teraju, 2003.
- Drs.H. Mohamad Hidayat, MBA., MBL., *Analisa Teoritis Normatif Multilevel Marketing dalam Perspektif Muamalah*, Jakarta : Gema Insani Press, 2003.
- Peter J. Cloither, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing : Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- DR. Surahman Hidayat, *Al-Masharif al-Islamiyyah fi Indonesia wa Siyasatuhul Istismariyyah*, Kuwait : Jumhuriyyah Mishr al-Arabiyyah, 1999
- [www.Ahad-Net Internasional.com](http://www.Ahad-Net Internasional.com)., "MLM Asli Versus MLM Aspal"  
....."Geliat MLM Jalur Putih"

