

Fatwa Mui No. 75 Tahun 2009 Sebagai Formula Terhadap Stigma Masyarakat Anti MLM (*Multi Level Marketing*)

Zahra

¹Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Indonesia

e-mail: Zahrahuruninn@gmail.com¹

Received : December, 2023

Accepted : December, 2023

Published : December, 2023

Abstract

The development of the times makes a business develop rapidly by using various kinds of marketing and one of them is Multi Level Marketing or what is usually interpreted as multi-level marketing or multi-level marketing. Most companies consider that Multi Level Marketing can bring profits if this system is implemented in them. However, as time progressed, Indonesian society perceived Multi Level Marketing as a business that could be detrimental to its members and this perception gave birth to the anti-MLM movement. And the results of this research explain that the public stigma that gave birth to the anti-MLM movement was due to the emergence of Money Game companies masquerading as Multi-Level Marketing companies. For this reason, the fatwa of the Indonesian Ulema Council no. 75 of 2009 exists as a guideline for the Indonesian people, the majority of whom follow the Islamic religion, to be able to differentiate between the provisions for implementing Sharia Multi Level Marketing and the Money Game. And the method used in this research is by using a literature method taken through previous research and then analyzed using MUI Fatwa No. 75 of 2009.

Keywords: multi level marketing, money game, fatwa MUI no. 75 tahun 2009

Abstrak

Perkembangan zaman membuat suatu bisnis berkembang secara pesat dengan menggunakan pemasaran yang beraneka macam dan salah satunya yaitu Multi Level Marketing atau yang biasa diartikan dengan pemasaran bertingkat atau pemasaran berjenjang. Sebagian besar perusahaan menganggap Multi Level Marketing dapat mendatangkan profit jika sistem tersebut diterapkan didalamnya. Tetapi seiring berkembangnya waktu, masyarakat Indonesia menganggap Multi Level Marketing sebagai suatu bisnis yang dapat merugikan anggotanya dan persepsi tersebut melahirkan gerakan anti MLM. Dan adapun hasil penelitian ini menjelaskan bahwa stigma masyarakat yang melahirkan gerakan anti MLM tersebut dikarenakan munculnya perusahaan Money Game yang berkedok sebagai perusahaan Multi Level Marketing. Untuk itu fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 75 Tahun 2009 hadir sebagai pedoman masyarakat Indonesia yang mayoritas masyarakatnya memeluk agama islam untuk dapat membedakan ketentuan pelaksanaan Multi Level Marketing syariah dengan Money Game. Dan adapun metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kepustakaan yang diambil melalui penelitian-penelitian terdahulu kemudian dianalisis dengan Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009.

Kata Kunci: pemasaran berjenjang, permainan uang, fatwa MUI no. 75 tahun 2009

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, *Multi Level Marketing* (MLM) sebuah perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran berjenjang telah mendapatkan popularitas di Indonesia. Ide di balik pendekatan ini adalah untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menghasilkan komisi dengan menempatkan mereka sebagai agen pemasaran yang bertindak sebagai penyaluran produk antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini dikenal dengan istilah *samsarah* atau *simsar*, adapun penyelenggaraannya *samsarah* menggunakan akad ijarah yang dimana ijarah ini merupakan transaksi yang memanfaatkan jasa orang lain dengan menawarkan bonus atau imbalan (*ujrah*). Adapun *samsarah* biasa disebut dengan penyalur, agen, anggota, atau mitra usaha. (Ahmad Mardalis Nur Hasanah, 2016)

Adapun skema *multi level marketing* beroperasi dibawah kerangka hukum yang sama dengan sistem penjualan lainnya. Sistem multi level marketing diklasifikasikan sebagai metode pembelian dan penjualan yang disetujui dalam literatur syariah Islam. Sebagaimana seperti yang dikemukakan oleh Ibnu Qayyim Al-Jauziyah yang mengatakan bahwa segala bentuk ibadah pada dasarnya dilarang kecuali secara khusus diamanatkan oleh bukti (dalil) dan adapun mengenai transaksi dalam bermuamalah memiliki asal usul yang sah atau halal untuk dilakukan kecuali ada alasan yang sebaliknya. (Agus Salim, 2015)

Sejatinya *multi level marketing* mengandung unsur-unsur positif seperti: [1] Mengangkat roda perekonomian. [2] Meningkatkan jalinan persaudaraan yang berkualitas. [3] Meningkatkan ketenangan konsumen dengan tersedianya produk-produk yang berkualitas. Unsur-unsur tersebut akan ditemukan jika multi level marketing dipraktikkan sesuai ketentuan dan aturan-aturannya yang telah diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019.

Namun pada kenyataannya, komponen-komponen tersebut tidak ada dalam budaya Indonesia dan sebaliknya melahirkan aspek-aspek kurang baik yang dapat menggoyahkan masyarakat Indonesia. komponen-komponen tersebut seperti: [1] Adanya unsur penipuan didalamnya. [2] Barang yang ditawarkan palsu atau berkualitas rendah. [3] Dapat merusak

moral. Hal ini menimbulkan kekecewaan dan penderitaan sosial, yang akhirnya menyatu sehingga memunculkan gerakan anti MLM.

Hal itu dikarenakan sistem bisnis multi level marketing memiliki kemiripan dengan sistem bisnis *money game*. Namun, sistem bisnis *money game* yang tersebar luas menimbulkan ancaman laten terhadap praktik bisnis masyarakat Indonesia dan sayangnya mereka tidak peka terhadap hal tersebut. jadi tidak mengherankan jika mayoritas sering bermain di lubang yang sama lagi atau bahkan dengan sengaja memasukinya. Namun, masih banyak yang menyebut sistem ini sebagai multi level marketing (MLM) meskipun didalam bisnis tersebut memiliki struktur seperti *money game*. Di sinilah maraknya praktik *Money Games* berkedok *Multi Level Marketing* yang menjadikan nama "*Multi Level Marketing*" sebagai bisnis yang bernilai negatif. (Tira Nur Fitria, 2016)

Setidaknya perlu disebutkan bahwa beberapa perusahaan *money game* yang beroperasi di Indonesia dengan dalih *multi level marketing* telah memakan banyak korban, sebagaimana yang disebutkan dalam lampiran OJK terdapat beberapa kegiatan usaha *money game* yang berkedok seperti multi level marketing seperti PT Enel Kekuatan Hijau yang menerapkan *money game* dengan modus penjualan pembangkit listrik, Advance Global Technologies yang menerapkan *money game* dengan modus periklanan, Ace Gold yang menerapkan *money game* dengan modus jual beli emas.

Berangkat dari realita diatas, maka penting untuk dikaji kembali perbedaan ketentuan Multi Level Marketing dengan Money Game serta hadirnya Fatwa MUI No. 7 Tahun 2009 sebagai pedoman masyarakat Indonesia tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah atau MLM syariah. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman lebih lanjut dalam taktik Multi Level Marketing dan untuk memperingatkan masyarakat agar tidak tertipu oleh perusahaan *Money Game* yang memikat mereka dengan komisi besar dan cepat tanpa usaha apa pun. Disamping itu juga perlu mendukung munculnya *multi level marketing* (MLM) yang berpotensi sebagai pioneer transformasi dan meningkatkan perekonomian masyarakat secara signifikan.

2. METODE PENELITIAN

Bagian artikel ini menggunakan metode kepustakaan untuk dapat menganalisis fatwa MUI No.75 Tahun 2009 yang dimana pengumpulan data dengan cara mengumpulkan sumber-sumber yang terkait, studi literatur tentang topik yang dibahas, serta analisis kritik terhadap fatwa MUI No. 75 Tahun 2009. Adapun cara-cara tersebut membantu penulis dalam memahami konteks, argumen, dan implikasi dari fatwa MUI No. 75 Tahun 2009.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Definisi Dan Sejarah Munculnya Multi Level Marketing di Indonesia

Multi level marketing merupakan salah satu cabang penjualan secara langsung (*direct selling*). Penjualan langsung adalah teknik yang digunakan oleh mitra perusahaan untuk membangun jaringan pemasaran dan menawarkan produk berupa barang maupun jasa yang telah tertentu kepada pembeli atau konsumen yang dilakukan secara langsung diluar toko eceran. *Multi level Marketing* yang memiliki bahasa keren yaitu MLM merupakan istilah yang menggunakan bahasa inggris. Istilah *Multi* memiliki arti beberapa, *Level* memiliki arti tingkatan, dan *Marketing* memiliki arti pendistribusian atau yang kerap dikenal dengan promosi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa MLM dianggap sebagai strategi untuk mempromosikan sesuatu berupa produk yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan cara menempatkan atau meletakkan konsumen sebagai tenaga pemasaran dengan tujuan menghasilkan profit atau laba bagi konsumen didalam jaringan penjualannya. (Ahmad Wardi Muslich, 2010)

Terdapat istilah yang digunakan dalam multi level marketing, seperti tingkatan atas (*upline*) dan tingkatan bawah (*downline*). *Upline* adalah member yang mempunyai wewenang untuk mendistribusikan barang dari perusahaan dan sebelumnya telah memperoleh hak keanggotaan, dan biasanya *upline* disebut sebagai perekrut, promotor, dan rekomendasi. Sedangkan *downline* merupakan seorang member yang direkrut oleh member *upline*. Dalam hal ini, seseorang bisa disebut sebagai member *upline* jika telah memiliki atau

merekrut member *downline*. (Supriadi Yousuf Boni, 2017)

Pada dasarnya suatu korporasi atau perusahaan lebih memilih menggunakan bisnis *multi level marketing* dengan berupaya memperpendek jarak antara produsen dan konsumen untuk melewati saluran distribusi yang terdapat dalam sistem penjualan konvensional. Hal ini memungkinkan untuk minimalisasi atau bahkan penghapusan total biaya distribusi dan biaya tersebut dialokasikan kepada konsumen yang terlibat dalam tenaga pemasaran dengan bentuk komisi yang besarnya ditentukan secara bertingkat. (Firman Wahyudi, 2014)

Di Indonesia sendiri, sistem ini mulai terlihat atau mulai muncul pada tahun 1986, pada waktu itu didirikannya PT Nusantara Sun Chlorella Tama yaitu sebuah perusahaan yang berpusat di Bandung. Kemudian perusahaan tersebut mengganti namanya dengan nama Creative Network International. Setelah beberapa tahun, perusahaan tersebut memilih dan memutuskan untuk berpindah ke kota Jakarta dan mendirikan perusahaannya di beberapa negara yaitu di Amerika dan Hong Kong. Setelah merasa lama menggeluti dibagian tersebut, akhirnya CNI mendaftarkan dirinya pada APLI atau yang bisa disebut dengan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. Dan APLI merupakan termasuk salah satu anggota Kamar Dagang Dan Industri Indonesia. (Gemala Dewi, 2005)

Terdapat perusahaan MLM yang telah mendaftarkan dirinya kepada APLI yaitu Amway Indonesia, Tianshi Indonesia Tiens, Orindo Alam Ayu Oriflame, Centranusa Insan Cemerlang, Herbalife Nutrition, Tupperware Brand Corporation Perusahaan tersebut diakui sebagai beberapa contoh perusahaan yang telah memiliki omset yang sangat tinggi hingga hari ini. (Ahmad Wardi Muslich, 2010)

3.2 Sistem Dan Bentuk Bisnis Multi Level Marketing

Secara global mekanisme atau prosedur *multi level marketing* diterapkan melalui perekrutan member dengan cara membeli produk suatu perusahaan dan sekaligus menempatkannya sebagai tenaga pendistribusian produk. Adapun dua metode

untuk memprospek atau merekrut konsumen baru dengan cara: [1] mempresentasikan produk setelah konsumen membeli produk tersebut. [2] Melalui peluang bisnis dengan cara mempresentasikan keuntungan atau komisi yang berlipat ganda jika mengikuti bisnis ini. Adapun secara jelas bisnis MLM dipraktikkan dalam perusahaan dengan mekanisme sebagai berikut: (Kholid Sydiamhu, 2009)

1. Prosedur yang pertama yaitu pihak korporasi atau perusahaan menyampaikan atau menarik konsumen untuk bergabung dengan cara membeli sesuatu yang telah ditawarkan kepadanya dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan.
2. Setelah konsumen membeli sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan, maka perusahaan akan memberikan formulir keanggotaan yang harus diisi oleh konsumen.
3. Setelah melaksanakan atau melakukan prosedur sebelumnya, maka konsumen telah dianggap menjadi bagian member dari perusahaan tersebut
4. Dan langkah selanjutnya setelah menjadi member yaitu berusaha untuk mencari anggota baru dengan prosedur yang telah disebutkan sebelumnya.
5. Perusahaan akan memberikan komisi kepada member jika berhasil merekrut member baru dalam jumlah besar. Perusahaan menganggap bahwa mereka akan mendapatkan profit yang tinggi karena memiliki banyak member yang juga menjadi konsumen, jadi dapat dikatakan bahwa komisi yang akan didapatkan oleh member sebanding dengan jumlah produk yang dijual.
6. Member pada tingkatan pertama, kedua, dan seterusnya akan selalu menerima komisi secara estafet dari perusahaan ketika bertambahnya member baru, karena perusahaan yakin bahwa dengan adanya member baru perusahaan akan diuntungkan

Terdapat aturan dalam sistem bisnis *multi level marketing* yang harus diikuti dan dipraktikkan oleh suatu perusahaan MLM. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang Pendistribusian Barang Secara Langsung memuat peraturan perundang-undangan dan pedoman yang

mengatur Multi Level Marketing di Indonesia. Dan adapun Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dan Kementerian Perindustrian dan Perdagangan bekerja sama untuk membuat aturan tersebut. Dan tujuan dari keputusan ini adalah untuk melindungi dunia usaha dan pelanggan agar *Multi Level Marketing* tidak dibenci oleh masyarakat Indonesia. (Gemala Dewi, 2005)

Jika dilihat dari pemaparan diatas, dapat dikatakan bahwa mekanisme MLM yaitu ketika konsumen membeli dan mengisi formulir maka konsumen tersebut dapat dikatakan sebagai member perusahaan, dan tugas member yaitu mencari member baru dengan cara seperti yang dilakukan. Semakin banyak member tersebut menjual produk yang ditawarkan maka semakin banyak profit atau komisi yang akan ia terima. Mekanisme yang seperti itulah yang menjadi pembeda antara pendistribusian secara konvensional dengan bisnis MLM. Jika dilihat dalam praktiknya, distribusi konvensional hanya mengajak sejumlah individu untuk bergabung kedalam timnya sebagai penjual, dan penjual tersebut hanya sekedar menginformasikan sebuah referensi dan sejajar sebagai distributor. (Umi Latifah, 2021)

Dan adapun menurut salah satu buku berjudul "Ada Apa dengan MLM?" mengklaim bahwa perusahaan pemasaran berjenjang dapat dikategorikan menggunakan kriteria berikut: (Supriadi Yousuf Boni, 2017)

1. Berdasarkan barangnya
Perusahaan pemasaran berjenjang (multi level marketing) dibagi menurut ada atau tidaknya sesuatu atau produk yang akan dijual. Pengelompokan yang pertama ini terbagi menjadi dua kategori yaitu *Multi Level Produk* dan *Multi Level Non Produk*. Adapun *Multi Level Non Produk* sering disebut dengan istilah Skema Ponzi atau *Money Game*.
2. Berdasarkan arsitektur jaringan
Pembagian MLM dalam pengkelompokan ini terbagi berdasarkan dua segmen yaitu *Multi Level Non Matahari* dan *Multi Level Matahari*. Pada *Multi Level Matahari* tidak menerapkan batasan pada konfigurasi bangunan atau jaringannya. Sedangkan pada bisnis *Multi Level Non Matahari* memberikan aturan seperti membatasi

jaringannya seperti dua jaringan, tiga jaringan, empat jaringan dan seterusnya.

3. Berdasarkan skema pembonusan
Bisnis *Multi Level Marketing* dibagi berdasarkan tiga bagian sistem bonus. Salah satu bagian tersebut adalah sistem bonus yang hanya didasarkan pada penjualan produk, sistem jenis ini sering terlihat di perusahaan *Multi Level Matahari*. Kedua yaitu pembagian pembonusan berdasarkan pengembangan jaringan saja, biasanya sistem yang seperti ini sering dijumpai pada jenis *Multi Level Non Matahari*. Dan yang ketiga yaitu sistem campuran, yang dimana sistem ini merupakan sistem yang menghubungkan dua sistem skema pembonusan berdasarkan produk dan pengembangan jaringan.

3.3 Money Game Berkedok Multi Level Marketing

Pada dasarnya mekanisme *multi level marketing* tidak jauh berbeda dengan *money game*, hanya saja pada bisnis *money game* lebih berorientasi perekrutan member baru untuk menghasilkan keuntungan dan tidak dari penjualan produk suatu perusahaan. Didalam literatur lain, istilah "*Money Game*" mengacu pada aktivitas pengkandangan uang yang pada kenyataannya memberikan insentif atau komisi setelah berhasil merekrut member baru dan tidak dari penjualan produk. Walaupun jika terdapat penjualan produk, maka produk tersebut hanya sebagai kamuflase. (Defani Lisaura Rahmadani, 2021)

Banyak bisnis di Indonesia yang menjalankan bisnis *Money Game* dengan label *Multi Level Marketing* dalam beberapa tahun terakhir. Selain menghadapi tindakan hukum setelah kebohongan mereka terungkap maka reputasi perusahaan *Multi Level Marketing* tersebut juga merosot di mata publik. Terdapat beberapa penipuan yang telah dijalankan oleh korporasi *money game*, seperti investasi yang mengimingi seseorang dengan keuntungan yang tidak rasional, hal tersebut dikarenakan keuntungan tersebut memiliki suku bunga yang berbeda daripada yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam sektor perbankan. (Asyura Leni Masnidar Nasution, 2021)

Didalam praktiknya, member dituntut untuk mencari member baru yang bersedia menanamkan modalnya pada perusahaan agar

bisnis tersebut dapat beroperasi dengan baik. Selama member tingkat atas berhasil untuk mencari member baru, maka korporasi akan membayar member tersebut. dan dapat dijelaskan bahwa korporasi memberikan komisi tersebut bukan berdasarkan berhasilnya member menjual produk, melainkan berhasilnya member merekrut member baru. Dan hasilnya dapat dilihat, ketika para member tingkat atas tidak berhasil merekrut member baru maka keuangan korporasi tersebut akan terhenti dan menyebabkan korporasi tidak mampu membayar membernya lagi. (Ahmad Sahlan, 2016)

Adapun perbedaan yang signifikan antara sistem *Multi Level Marketing* dengan sistem *Money Game* diantaranya: (Iwan Fahri Cahyadi, 2019)

1. *Multi level marketing* sudah dikenal dan diakui oleh mayoritas masyarakat diberbagai dunia. Sedangkan *money game* ditolak oleh mayoritas masyarakat dunia, bahkan perusahaan yang menggunakan sistem *money game* akan ditangkap oleh pihak yang memiliki wewenang.
2. Secara tidak langsung *Multi level marketing* dapat mengangkat roda perekonomian dan kesejahteraan para member (anggota) dari semua level. Sedangkan pada *money game* hanya menguntungkan bagi upline dan merugikan bagi downline.
3. Pada *multi level marketing* komisi atau keuntungan member berdasarkan dari keaktifan member yang diaplikasikan dengan penjualan produk yang dapat dimanfaatkan. Sedangkan komisi pada *money game* ditentukan dari banyaknya merekrut member yang diperoleh.
4. Biaya pendaftaran member pada *multi level marketing* tidak terlalu mahal, logis, serta mendapatkan produk yang berkualitas. Sedangkan pada *money game* setiap member berkewajiban membayar biaya pendaftaran yang sangat mahal dan disertai dengan produk sebagai kamuflase.
5. Supaya menjadi member yang berkualitas, pada *multi level marketing* kegiatan pembinaan anggota sangat dibutuhkan. Sedangkan pada *money game* tidak diselenggarakan kegiatan pembinaan.
6. Setiap member tingkat atas pada *multi level marketing* berkewajiban untuk

meningkatkan kualitas member tingkat bawah untuk keberhasilannya. Sedangkan pada *money game* member tingkat atas hanya mementingkan untuk mencari dan merekrut member baru dan tidak mepedulikan kualitas dan keberhasilan member tingkat bawah.

3.4 Multi Level Marketing Dalam Perspektif Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009

Seiring perkembangan zaman *Multi level Marketing* Syariah dianggap sebagai evolusi dari sistem *Multi Level Marketing* Konvensional. Ustadz Hilman Rosyad Shihab LC menggambarkan Multi Level Marketing Syariah sebagai formula yang dibangun diatas sistem operasional yang menerapkan prinsip syariah, menghilangkan nilai-nilai keharaman dan menggantikannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang berlandaskan moralitas, hukum, dan keesaan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika MLM Syariah berbeda dengan MLM Konvensional dalam hal tujuan dan visi. Berikut beberapa karakteristik yang dimiliki oleh *Multi Level Marketing* Syariah: (Kuswara, 2005)

1. Didalam menjalankannya, MLM Syariah harus beroperasi sesuai syariah, tujuan, gagasan, dan tata caranya bersumber atau merujuk pada wahyu Allah dan Hadis.
2. Jika dilihat dari organisasi, MLM Syariah diatur oleh DPS sebagai organisasi yang mengintai dalam operasional perusahaan dan memberikan arahan serta bimbingan untuk memastikan tidak ada satupun yang melanggar syariat islam. Adapun produk yang dijual, mekanisme promosi, marketing plan dan semua operasional yang dilakukan oleh perusahaan dibawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah.
3. memiliki tujuan yang mengutamakan pertumbuhan perekonomian sebagai kunci untuk kesejahteraan umat.
4. Menekankan prinsip keadilan dan kesejahteraan melalui komisi kepada masing-masing member sesuai dengan kemampuannya melalui penjualan produk, pengembangan jaringan, atau bahkan melalui keduanya.
5. Praktik riba seperti maysir (perjudian), gharar (penipuan) harus terhindar didalam strategi pemasaran dan sistem pemberian komisi kepada member. Untuk

itu, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia memanggil pimpinan perusahaan untuk mendengarkan pemaparan rencana pemasaran dan mengamati langsung proses produksi di pabrik, kemudian ulama diajak berkonsultasi mengenai semua masalah ini sebelum keputusan diambil. Dan apabila perusahaan memenuhi ketentuan yang tertuang dalam fatwa MUI No. 75 Tahun 2009, maka Dewan Syariah Nasional akan memberikan sertifikat syariah kepada perusahaan tersebut.

6. Berupaya menjauhkan konsumen dari sifat materialisme dan konsumerisme yang tidak sesuai dengan prinsip Islam.
7. Sesuatu yang diperdagangkan merupakan sesuatu yang diperbolehkan sesuai ajaran islam. Adapun produk yang termasuk kedalam kategori makanan ataupun minuman, maka harus mencantumkan label halal dan mendapatkan sertifikat halal. Adapun sertifikat halal diberikan langsung oleh MUI dan label halal wajib dicantumkan pada produk tersebut. dan jika sesuatu yang dijual tidak dikelompokkan sebagai sesuatu yang tidak dapat dimakan, maka cukup dibicarakan dengan cara lisan dan tertulis dengan DPS.
8. Dijuluki "MLM Sejati", hal tersebut dikarenakan MLM Syariah adalah bisnis yang fokus pada penjualan produk dibandingkan merekrut member baru. Bisnis yang memprioritaskan perekrutan member baru dan kemudian memberi mereka uang pendaftaran member baru sebagai bonus rekrutmen dan memperbolehkan seseorang beberapakali, yang seperti itulah yang dimaksudkan sebagai *Money Game*. Sama halnya dengan bisnis MLM yang pemasarannya tidak terdapat sesuatu yang akan dijual maka hal tersebut dikategorikan sebagai perusahaan Money Game. (Sofwan Jauhari, 2013)

Karakteristik yang telah dipaparkan diatas tersebut sejalan dengan munculnya salah satu fatwa MUI tentang PLBS. Pada fatwa tersebut telah memaparkan beberapa ketentuan umum dan ketentuan hukum sistem PLBS. Adapun ketentuan umum diantaranya yaitu:

1. Menjual produk atau jasa melalui jaringan pemasaran kepada beberapa orang atau bisnis lain secara berurut dikenal dengan

- PLB. Hal ini dapat dilakukan oleh seseorang atau perusahaan lainnya.
2. Segala sesuatu yang bergerak atau tidak bergerak, sekali pakai atau tidak, yang dapat dimiliki, ditukar, dimanfaatkan dan digunakan oleh konsumen dianggap sebagai barang.
 3. Setiap layanan yang diberikan dalam bentuk tenaga kerja atau layanan yang mungkin digunakan konsumen dianggap sebagai produk jasa.
 4. Korporasi merupakan suatu badan usaha yang tercantum dalam perundang-undangan yang berlaku, yang dimana perusahaan tersebut memiliki serangkaian kegiatan yaitu menjual dan membeli barang maupun jasa melalui sistem pemasaran.
 5. Konsumen merupakan seseorang yang memanfaatkan sesuatu yang telah ia beli dan sesuatu tersebut tidak diperjualbelikan olehnya.
 6. Komisi adalah pembayaran yang ditawarkan bisnis kepada mitranya sebagai imbalan atas penjualan. Besarnya dan jenis komisi ditentukan oleh keaktifan kerja nyata dan berkorelasi langsung dengan jumlah produk yang dijual.
 7. Bonus adalah kompensasi ekstra yang secara langsung perusahaan memberikan kepada membernya setelah member tersebut berhasil memenuhi target yang telah perusahaan tetapkan.
 8. Diberikan perusahaan kepada mitra bisnisnya yang memenuhi atau melampaui target penjualan barang dan jasa yang telah ditentukan.
 9. *Ighra'* merupakan istilah yang berasal dari bahasa arab yang memiliki arti godaan istimewa yang yang membuat orang mengabaikan tanggung jawabnya demi menyelesaikan tugas atau transaksi dan mendapatkan komisi atau bonus yang sangat diinginkan.
 10. *Money Game* disebut sebagai upaya untuk menghasilkan uang masyarakat atau meningkatkan kekayaan melalui sistem pemberian bonus dan insentif untuk mendatangkan mitra bisnis baru. Hasil ini tidak diperoleh dari penjualan produk, namun jika terdapat produk maka produk tersebut hanya sebagai tipu muslihat atau kamufase.

11. Margin keuntungan yang berlebihan yang dikaitkan dengan faktor-faktor selain biaya disebut Excessive mark-up.
12. Strategi yang digunakan oleh anggota yang sudah terdaftar untuk merekrut anggota PLB baru disebut Member get member
13. Mitra usaha merupakan sebutan bagi seorang retailer yang memasarkan dan memperjualbelikan sesuatu kepada konsumen secara tatap muka atau secara langsung.

Dan adapun Mengenai ketentuan hukum yang harus dipatuhi oleh PLBS, ketentuan tersebut meliputi:

1. Objek transaksi nyata seperti komoditas atau jasa yang diperdagangkan.
2. Barang atau jasa yang diperjualbelikan tidak dilarang oleh undang-undang dan syariat islam.
3. Didalam MLM Syariah meniadakan aspek riba, dharar, dzulm, gharar, atau maksiat.
4. Didalam MLM Syariah meniadakan adanya kenaikan harga atau biaya yang tidak wajar yang membuat konsumen merasa rugi karena dianggap tidak setara dengan produk yang ia dapatkan.
5. Agar mitra bisnis di PLBS (penjualan langsung tingkat syariah) dapat memperoleh penghasilan, maka upah yang akan diberikan oleh suatu perusahaan harus berdasarkan kelincahan mitra untuk menjual produk perusahaan tersebut.
6. Perusahaan tidak boleh memberikan komisi kepada anggotanya secara pasif atau memberikan komisi tanpa harus menjual produk maupun jasa.
7. Pembagian komisi atau insentif kepada anggota tingkat atas maupun anggota tingkat bawah dari perusahaan tidak mengakibatkan *ighra'*.
8. Pembagian bonus antara anggota pertama dan selanjutnya harus adil dan tanpa eksploitasi dalam bentuk apa pun.
9. Tidak ada komponen dalam proses rekrutmen keanggotaan, program penghargaan, atau kegiatan seremonial yang bertentangan dengan *aqidah*, *syariah*, *syirik*, *kultus*, *maksiat* dan yang lainnya.
10. Setelah *Upline* berhasil merekrut member baru, maka *Upline* diwajibkan untuk

memberikan pelatihan atau pengawasan terhadap member baru tersebut.

11. Didalam praktik MLM harus terhindar dari kegiatan yang bernama *Money Game*.

Jika fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah digunakan untuk mengkaji ketentuan penerapan *Multi Level Marketing*, jadi Dapat ditunjukkan bahwa *Multi Level Marketing* yang dapat diterima dalam Islam adalah MLM tanpa aktifitas *Money Game* didalamnya. Hal ini dikarenakan *Money Game* mengandung komponen-komponen seperti: [1] Menagkap dan mengelabui anggotanya. [2] Dikelompokkan sebagai kegiatan *Maysir* atau judi karena didalam praktiknya bersumber atau berorientasi untuk menghasilkan uang (komisi) melalui penambahan jaringan, dan hal tersebut tidak bisa dikendalikan oleh *downline*. [3] Tidak menawarkan prospek kesetaraan pendapatan yang sama seperti member yang menjalankan sistem MLM. [4] Karena perusahaan ingin memanfaatkan produk tersebut sebagai kedok untuk menggalang dana dari masyarakat, maka hal tersebut dapat merugikan member yang telah membayar biaya pendaftaran dengan membeli bundel produk yang mahal kemudian kesulitan menjual barang tersebut ke masyarakat umum karena mereka juga tidak diberikan pelatihan cara berjualan. [5] Karena barang-barang tersebut jauh lebih mahal dari harga yang dipasarkan, maka hal tersebut berdampak buruk bagi mereka yang membeli barang melalui skema piramida tersebut.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa stigma negatif yang muncul dari masyarakat Indonesia dan melahirkan gerakan anti MLM tersebut disebabkan adanya perusahaan *Money Game* yang mengaku sebagai perusahaan *Multi Level Marketing*. Di Indonesia sendiri mayoritas masyarakatnya memiliki agama islam, untu itu Majelis Ulama Indonesia bergegas untuk mengeluarkan Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 sebagai pedoman pelaksanaan penjualan langsung bejenjang syariah atau yang sering disebut dengan MLM syariah. Didalam fatwa tersebut juga memaparkan bahwa *Multi Level Marketing* boleh diterapkan oleh masyarakat islam jika didalamnya tidak terdapat aktivitas *Money*

Game. Hal tersebut dakarenakan bahwa *Money Game* dapat merugikan anggotanya.

Dari hal tersebut, secara tidak langsung *Multi Level Marketing* Syariah yag dijelaskan didalam Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 dianggap sebagai suatu formula untuk mengatasi terjadinya kedzaliman yang dilakukan perusahaan *Money Game* yang mengaku sebagai perusahaan MLM.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Tiada kalimat yang dapat mewakili perasaan penulis saat ini kecuali rasa syukur. Untuk itu penulis ucapkan trima kasih kepada Dr. Ir. Nengah Karnata, Msi sebagai Rektor Universitas Tabana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempublikasikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agus Salim. (2015). Aktualisasi Bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* Dalam Ranah Syar'i. *Ar-Risalah*, 16(2).
- [2] Ahmad Mardalis Nur Hasanah. (2016). *Multi Level Marketing (MLM) Prespektif Ekonomi Islam. FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).
- [3] Ahmad Sahlan. (2016). Bisnis *Multi Level Marketing (MLM)*. *Al-Hikmah: Jurnal Kependidikan Dan Syariah*, 4(1).
- [4] Ahmad Wardi Muslich. (2010). *Fiqih Muamalat*. Amza
- [5] Asyura Leni Masnidar Nasution. (2021). *Multi Level Syariah Di Indonesia Dalam Prespektif Maqashid Syariah*. Deepublish.
- [6] Defani Lisaura Rahmadani. (2021). Rekonseptualisasi Pengaturan *Money Game (Investasi Money Game (Investasi Ilegal/Bodong) Sebagai Tindak Pidana Dikaitkan Dengan Upaya Perlindungan Hukum Investor Di Indonesia*. *Jurnal Panji Keadilan: Jurnal Ilmiah Nasional Mahasiswa Hukum*, 4(2).
- [7] Firman Wahyudi. (2014). *Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqih Muamalah*. *Jurnal Al-Banjari*,
- [8] Gemala Dewi. (2005). *Hukum Perikatan Di Indonesia*. Prenada

Media.

- [9] Iwan Fahri Cahyadi. (2019). Strategi Repositioning Multi Level Marketing Dan Ditinjau Dari Prespektif Syari'ah. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(1).
- [10] Kholid Sydiamhu. (2009). *Siapa Bilang MLM Haram?* Darul Ilmi.
- [11] Kuswara. (2005). *Mengenal MLM Syariah Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. Qultum Media.
- [12] Sofwan Jauhari. (2013). *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim*. Mujaddidi Press.
- [13] Supriadi Yousuf Boni. (2017). *Apa Salah MLM?: Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing*. Pustaka Al-Kautsar
- [14] Tira Nur Fitria. (2016). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- [15] Umi Latifah. (2021). Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bhtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing. *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 13(1).