

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN SISTEM
MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN UU NO. 40 TAHUN 2014
TENTANG ASURANSI
PROPOSAL**

OLEH:

IMAM SYHRIFUDDIN

NPM: 15062000038



FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2022



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Menyempatkan waktu untuk belajar dan berprestasi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/08/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA

UJIAN MEMPERTAHAKAN SKRIPSI SARJANA

BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum'at, Tanggal 09 September 2022, Jam 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : IMAM SYAHRIPUDDIN
NPM : 1506200038
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI

Dinyatakan : (B) Lulus Yudisium dengan Baik
 () Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Ujian Ulang
 () Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Hukum Bisnis.

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502

Dr. ZAINUDDIN, SH., M.H
NIDN: 0118047901

ANGGOTA PENGUJI:

1. RACHMAD ABDUH, S.H., M.H
2. ATIKAH RAHMI, S.H., M.H
3. HARISMAN, S.H., M.H

1.

2.

3.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 88/SK/BAN-PT/Akred/PT/08/2018
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
@ <https://fahum.umsu.ac.id> ✉ fahum@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : IMAM SYAHRIPUDDIN
NPM : 1506200038
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI
DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40
TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada
Panitia Ujian

Medan, 29 Agustus 2022

DOSEN PEMBIMBING

HARISMAN, S.H., M.H
NIDN/0103047302



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Alamat: Jl. Sekeloa Tengah No. 1 Medan 20136 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 80/SK/BAK-PT/Akred/PT/08/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

CAN PUSAT
IATE
gi No. 25/SK
4567 Fax. 0
[umsu](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

NAMA : IMAM SYAHRIPUDDIN
NPM : 1506200038
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI
DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40
TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI

PENDAFTARAN : 06 September 2022

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah Lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

PEMBIMBING

Dr. FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502

HARISMAN, S.H., M.H
NIDN: 0103047302



UMSU
Berprestasi | Berkeadilan | Berkeadilan

MAJELIS PENDEKIDAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 105/K/2019/PT/Akred/PT/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fahum.umsu.ac.id fahum@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**KARTU BIMBINGAN
SKRIPSI MAHASISWA**

NAMA : IMAM SYAHRIFUDDIN
NPM : 1506200048
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI
DENGAN MULTI LEVEL MARKETING
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40
TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI

PEMBIMBING : HARISMAN, S.H., M.H

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
16/8-2022	polisi asuransi	[Signature]
15/8-2022	polisi Revisi I	[Signature]
24/8-2022	polisi Revisi II	[Signature]
22/8-2022	polisi Bab II	[Signature]
23/8-2022	polisi Bab III	[Signature]
24/8-2022	polisi Bab IV	[Signature]
25/8-2022	polisi Bab V	[Signature]
25/8-2022	polisi Daftar pustaka	[Signature]
27/8-2022	Acc formatin.	[Signature]
24/8-2022	Acc untuk diujikan selayak mungkin	[Signature]

Diketahui Dekan

(Dr. Faisal, S.H., M.Hum)

Dosen Pembimbing

(HARISMAN, S.H., M.H)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/08/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IMAM SYAHRIFUDDIN
NPM : 1506200038
Program : Strata-1
Fakultas : Hukum
Program Studi : Hukum
Bagian : Hukum Bisnis
Judul Skripsi : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN
SISTEM MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2014 TENTANG
ASURANSI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil Plagiat atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya yang menyatakan



IMAM SYAHRIFUDDIN

ABSTRAK

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN UU NO. 40 TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI

IMAM SYAHRIFUDDIN
15062000038

Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya asuransi, menyebabkan perlunya kerja sama yang baik antara perusahaan asuransi, regulasi dan sistem perasuransian, agar dapat semakin meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap perusahaan asuransi itu sendiri.

Perusahaan asuransi yang semakin berkembang dan meningkat jumlahnya menyebabkan persaingan yang ketat. Cara menarik nasabah (pihak bertanggung) diupayakan dengan berbagai cara, melalui para agen asuransi, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian yang berlaku.

Perusahaan asuransi yang semakin berkembang dan meningkat jumlahnya menyebabkan persaingan yang ketat. Cara menarik nasabah (pihak bertanggung) diupayakan dengan berbagai cara, melalui para agen asuransi, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian yang berlaku.

Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu-isu hukum yang dihadapi. Penelitian merupakan sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina serta mengembangkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang merupakan pengetahuan yang tersusun secara sistematis dengan penggunaan kekuatan pemikiran, pengetahuan mana senantiasa dapat diperiksa dan ditelaah secara kritis, akan berkembang terus atas dasar penelitian-penelitian yang dilakukan oleh pengasuh-pengasuhnya. Agar mendapatkan hasil yang maksimal, maka metode yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *multi level marketing* asuransi syariah di Perusahaan Asuransi tidak sesuai dengan prinsip-prinsip asuransi syariah di antaranya yaitu prinsip saling bertanggung jawab, saling bekerja sama atau saling membantu, dan saling melindungi penderitaan satu sama lainnya. Meskipun prinsip saling bertanggung jawab telah terpenuhi karena peserta asuransi bertanggung jawab untuk menolong peserta lainnya, namun karena tujuan asuransi ini terfokus pada mencari keuntungan sendiri, maka hal tersebut melanggar prinsip lainnya.

Kata kunci : Multi Level Marketing, Asuransi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial selalu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Dalam proses interaksi tersebut manusia akan melakukan aktivitas-aktivitas sosial yang memungkinkan manusia untuk selalu berhadapan dengan berbagai macam ancaman bahaya atau peristiwa yang tidak tentu yang dapat mengancam jiwa dan harta bendanya, keadaan mana dikenal sebagai risiko dan dapat terjadi tanpa diduga sebelumnya.

Asuransi merupakan solusi yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mempersiapkan diri apabila risiko yang tidak disenangi dan merugikan terjadi, serta merupakan salah satu bentuk pengendalian atas risiko yang dilakukan dengan cara mengalihkan risiko dari pihak bertanggung ke pihak penanggung (yang di masyarakat dikenal sebagai perusahaan asuransi), melalui suatu perjanjian asuransi.

Meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya asuransi, menyebabkan perlunya kerja sama yang baik antara perusahaan asuransi, regulasi dan sistem perasuransian, agar dapat semakin meningkatkan rasa percaya masyarakat terhadap perusahaan asuransi itu sendiri.

Perusahaan asuransi yang semakin berkembang dan meningkat jumlahnya menyebabkan persaingan yang ketat. Cara menarik nasabah (pihak bertanggung)

diupayakan dengan berbagai cara, melalui para agen asuransi, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian yang berlaku.

Di Indonesia sendiri, saat ini berlaku Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, yang mengatur mengenai industri perasuransian yang sehat, dapat diandalkan, amanah, dan kompetitif untuk meningkatkan perlindungan bagi pemegang polis, tertanggung, atau peserta, dan berperan mendorong pembangunan nasional. Kemudian di dalam ketentuan Pasal 1 angka 28 UU No. 40 Tahun 2014, diatur mengenai Agen Asuransi, yaitu orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi atau dan memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan Asuransi memasarkan produk asuransi atau produk asuransi.

Menghadapi persaingan di industri perasuransian yang semakin pesat dewasa ini, maka berbagai cara dipergunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan (produsen) untuk memasarkan/mendistribusikan/menjual produknya melalui pengembangan armada pemasar/distributor/ penjual langsung secara mandiri (*independent*), tanpa campur tangan perusahaan. Target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh *distributor independent* dan jaringan penjual langsung yang dikembangkannya. Sementara imbal jasa yang diperoleh dalam bentuk potongan harga, komisi/insentif ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan (yang biasanya disebut *volume point* atau

business point) yang diberitahukan kepada setiap *distributor independent* sejak mereka mendaftar menjadi calon anggota.¹

Permasalahan utamanya adalah, sebagai suatu perusahaan yang bergerak menjual produk berupa jasa pengalihan resiko dari pihak bertanggung kepada pihak penanggung (perusahaan asuransi), melalui agen asuransi sebagaimana diatur dalam perundang-undangan, apakah dapat menggunakan sistem MLM yang menggunakan pola pemasaran dengan cara mengembangkan armada pemasar/Agen Asuransi langsung secara mandiri tanpa turut campur tangan perusahaan, sehingga target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor independent dari jaringan penjual langsung yang dikembangkannya.

Hal ini patut ditelaah lebih lanjut mengingat suatu perusahaan asuransi yang menjual produk berupa jasa pengalihan resiko terikat oleh suatu perjanjian yang kuat antara pihak bertanggung dengan pihak penanggung (perusahaan asuransi) secara langsung, sehingga pihak agen asuransi merupakan pihak yang benar-benar hanya bertindak untuk mencari nasabah/konsumen bagi kepentingan perusahaan asuransi/produsen, dan tidak bertanggung jawab terhadap perjanjian yang dibuat diantara pihak konsumen dan produsen yang berkaitan dengan risiko tersebut. Bagaimana jika seorang Agen Asuransi mengembangkan usahanya dengan sistem MLM? Apakah perjanjian yang dibuatnya dapat mengikat antara pihak bertanggung dengan pihak penanggung? Bagaimana perlindungan hukum bagi pihak nasabah/konsumen/ bertanggung

¹ Nuruni Ika, "Pengaruh Kepuasan Terhadap Kesetiaan Dan Business Builders Wiraniaga Multilevel Marketing Oriflame Surabaya", *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8 No. 2 September 2008, hlm.102-112.

bila menjadi nasabah dari seorang Agen Asuransi yang dikembangkan berdasarkan sistem MLM?.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka perlu dibuat suatu penelitian hukum yang berbentuk proposal agar dapat mengetahui keadilan di dalam demonstrasi ini. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul: **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN UU NO. 40 TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI.”**

1. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk asuransi dengan sistem multi level marketing?
2. Bagaimana bentuk perlindungan terhadap nasabah asuransi dengan sistem multi level marketing?
3. Bagaimana kendala dan upaya dalam perlindungan hukum terhadap pemegang polis?

2. Manfaat Penelitian/Faedah Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan harus berfaedah baik secara teoritis maupun praktis, manfaat yang diperoleh dari penelitian ialah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan berfaedah untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum perdata terkait asuransi

b. Secara Peraktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan Negara, bangsa, masyarakat pada umumnya untuk dapat mengetahui dan mengerti tinjauan yuridis terhadap asuransi dengan sistem multi level marketing berdasarkan Uu No. 40 tahun 2014 tentang asuransi.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian dari proposal ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk masalah pengaturan sistem multi level marketing
2. Untuk masalah sistem yuridis yang digunakan terhadap asuransi

C. Definisi Operasional

Definsi operasional atau kerangka konsep ialah kerangka yang menggambarkan hubungan antara definisi-definisi khusus yang akan di analisis, sesuai dengan judul penelitian yang diajukan sebagai berikut.

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP ASURANSI DENGAN SISTEM MULTI LEVEL MARKETING BERDASARKAN UU NO. 40 TAHUN 2014 TENTANG ASURANSI.”

Maka dapat di definisikan operasional penelitian, ialah:

1. *Multi Level Marketing*

Secara etimologi *Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, dan *marketing* berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai “*Multi Level*” karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.²

2. Asuransi

Asuransi berasal dari bahasa Belanda “*assurantie*”, yang dalam hukum Belanda disebut “*verzekering*”, yang artinya pertanggungan.³ Menurut Robert L. Mehr, sebagaimana dikutip oleh Syair Sula, dijelaskan bahwa asuransi adalah suatu alat untuk mengurangi risiko dengan menggabungkan sejumlah unit-unit yang berisiko, agar kerugian individu secara kolektif dapat dipredikis.

D. Keaslian penelitian

Penelitian hukum dengan judul “Kajian Hukum Keabsahan Anak Hasil Inseminasi Pendorong Perspektif Hukum Di Indonesia dan Hukum Islam” adalah asli dan dilakukan oleh peneliti sendiri berdasarkan buku-buku, jurnal, peraturan perundang-undang yang berlaku, serta fakta-fakta yang terjadi. Sebagai

² Andreas Harefa, *Multi Level Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1999), hlm. 4.

³ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah, Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), 26

perbandingan dapat dikemukakan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Anas Ibnu Safaruddin, Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2012, dengan judul "Status Hukum Anak Bayi Tabung Dan Hak Kewarisannya Dalam Hukum Islam".
2. Supriansyah, Fakultas Hukum Universitas Lampung 2010, dengan judul "Status Bayi Tabung (*In Vitro Fertilization-Embryo Transfer*) Tinjauan Aspek Hukum Islam".

Berbeda dengan penelitian diatas, penelitian ini difokuskan terhadap Keabsahan anak menurut hukum di Indonesia dan fiqih kontemporer.

E. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu-isu hukum yang dihadapi.⁴ Penelitian merupakan sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina serta mengembangkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang merupakan pengetahuan yang tersusun secara sistematis dengan penggunaan kekuatan pemikiran, pengetahuan mana senantiasa dapat diperiksa dan ditelaah secara kritis, akan berkembang terus atas dasar penelitian-penelitian yang dilakukan oleh pengasuh-pengasuhnya.⁵ Agar mendapatkan hasil yang maksimal, maka metode yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

⁴ Peter Mahmud Marzuki. 2018. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, halaman 35.

⁵ Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum Cetakan Ketiga*. Jakarta: Universitas Indonesia, halaman 3.

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah hukum normatif, yakni penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum doktinal, dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis peraturan perundang-undangan, dan penelitian terhadap sistematika hukum dapat dilakukan pada peraturan peundang-undangan tertentu atau hukum tertulis.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis yang menggambarkan secara sistematis data mengenai masalah yang akan dibahas. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan obyek atau peristiwanya tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.⁶

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder yang terdiri dari:

- a. Data hukum sekunder adalah data yang diambil dari kepustakaan. Data sekunder terdiri dari:
 1. Bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah kitab undang-undang hukum perdata
 2. Bahan hukum sekunder, yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum pimer yang berupa karya-karya ilmiah, buku-buku dan lain yang

⁶*Ibid.*, halaman 20.

berhubungan dengan permasalahan yang diajukan yang sesuai dengan judul skripsi.

3. Bahan hukum tersier yaitu berupa bahan-bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus hukum, internet, dan sebagainya yang ada hubungannya dengan permasalahan yang sesuai dengan judul ini.

4. Alat Pengumpul Data

Penelitian ini terdiri dari penelitian kepustakaan (*library search*). Yaitu melakukan pengumpulan data dari kepustakaan, dilakukan untuk menghimpun/mengumpulkan data sekunder dengan cara membaca dan memahaminya. Pustaka terdiri dari: perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), perpustakaan daerah (Perpusda).

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam studi kepustakaan (*library search*), dan dengan menganalisis data yang bersifat umum, untuk kemudian ditarik menjadi kesimpulan yang bersifat khusus untuk mencapai analisis tentang status hukum anak bayi tabung menurut hukum perdata dan hukum islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Secara etimologi *Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, dan *marketing* berarti pemasaran. Jadi dari kata tersebut dapat dipahami bahwa MLM adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai “*Multi Level*” karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.⁷

Multi Level Marketing atau disingkat MLM adalah sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Dengan kata lain, dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi yang dibangun dengan menjanjikan konsumen (pelanggan) sekaligus sebagai tenaga pemasaran.⁸

MLM disebut juga sebagai *network marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran

⁷ Andreas Harefa, *Multi Level Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1999), h. 4

⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2017), 613

dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran.⁹

MLM merupakan pemasaran yang dilakukan banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). *Up line* dan *down line* umumnya mencerminkan hubungan pada level yang berbeda vertical maupun horizontal. Karena itu seseorang akan disebut up line apabila telah mempunyai down line, baik berjumlah satu maupun lebih. Bisnis MLM menggunakan sistem jaringan, meskipun masing-masing perusahaan distributor menyebut dengan istilah yang berbeda-beda.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa *Multi Level 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.

⁹ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 168

¹⁰ Mardani, *Hukum Perikatan di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 209

1. Mekanisme Kerja *Multi Level Marketing*

MLM adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol, yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi. MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.¹¹

Mekanisme operasional pada MLM ini yaitu, seorang distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut juga sebagai distributor kemudian, orang lain itu dapat pula mengajak orang lain lagi untuk ikut bergabung. Begitu seterusnya, semua yang diajak dan ikut merupakan suatu kelompok distributor yang bebas mengajak orang lain lagi sampai level yang tanpa batas. Inilah salah satu perbedaan MLM dengan pendistribusian secara konvensional yang bersifat single level. Pada pendistribusian konvensional, seorang agen mengajak beberapa orang bergabung ke dalam kelompoknya menjadi penjual atau sales atau disebut juga “wiraniaga”. Pada sistem single level ini, para wiraniaga tersebut meskipun mengajak temannya, hanya sekedar pemberi referensi yang secara organisasi tidak dibawah koordinasinya melainkan terlepas. Mereka berada sejajar sama-sama sebagai distributor.¹²

¹¹ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan*., 168

¹² *Ibid.*, 168-169

Pada MLM terdapat unsur jasa. Hal ini dapat dilihat dengan adanya seorang distributor yang menjual barang yang bukan miliknya dan ia mendapat upah dari presentase harga barang. Selain itu jika ia dapat menjual barang tersebut sesuai dengan target yang telah ditetapkan, maka ia mendapatkan bonus yang ditetapkan perusahaan.¹³

Secara umum, mekanisme kerja dalam bisnis MLM adalah sebagai berikut:

1. Setiap orang akan mendapat keuntungan dari aktifitas jual beli yang dilakukannya. Jika dia ingin mendapatkan bonus yang lebih besar, maka dia bisa membangun organisasi yang lebih besar pula.
2. Mereka yang ada di bawah, tetapi bisa membangun organisasi yang lebih besar daripada yang mengajaknya, maka yang bersangkutan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada orang yang mengajaknya di atas.
3. Jika pada periode tertentu seorang mitra tidak melakukan pembelian produk, maka dia tidak akan mendapatkan keuntungan walau pun jalur dibawahnya menghasilkan omzet yang tidak terhingga.
4. Setiap orang yang bergabung dengan bisnis MLM dan ingin mendapatkan bonus yang lebih besar, maka dia harus berperan sebagai seller atau enduser dengan membeli sejumlah produk yang memenuhi

¹³ *Ibid.*, 169

syarat untuk mendapatkan bonus, dan dia juga harus mensponsori orang lain agar terbentuk organisasi bisnis yang bisa menghasilkan omzet.¹⁴

Secara global sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara:

1. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
2. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan. Sesudah menjadi member maka tugas berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
 - A. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
 - B. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan. Dengan

¹⁴ Agus Marimin, dkk, "Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dalam Pandangan Islam", dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, (Surakarta: STIE AS-Surakarta), Vol. 02, No. 02, Juli 2016, 109

adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paker produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa mekanisme kerja MLM pada intinya yaitu pihak perusahaan melakukan usaha untuk menjaring konsumen untuk menjadi anggota atau member dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan tersebut.

1. Asuransi

1. Pengertian Asuransi

Asuransi berasal dari bahasa Belanda “*assurantie*”, yang dalam hokum Belanda disebut “*verzekering*”, yang artinya pertanggungan.¹⁶

Menurut Robert L. Mehr, sebagaimana dikutip oleh Syair Sula, dijelaskan bahwa asuransi adalah suatu alat untuk mengurangi risiko dengan menggabungkan sejumlah unit-unit yang berisiko, agar kerugian individ secara kolektif dapat dipredikis. Kerugian yang dapat diprediksi tersebut kemudian dibagi dan didistribusikan secara proporsional di antara semua unit dalam gabungan tersebut.¹⁷

¹⁵ *Ibid.*, 109-110

¹⁶ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan.*, 169

¹⁷ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah, Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), 26

Seirama dengan berkembangnya lembaga keuangan bank maupun non bank yang membentuk unit , tentunya perusahaan Asuransi juga membentuk unit yang menggunakan sistem syari'ah. Pada Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian dijelaskan mengenai asuransi sebagai berikut:

“Asuransi adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip guna saling menolong dan melindungi dengan cara:

1. memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau
2. memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.¹⁸

1. *Multi Level Marketing Pada Asuransi*

a. *Konsep Multi Level Marketing Pada Asuransi*

¹⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian, Pasal 1 Angka 2

Menghadapi persaingan di industri perasuransian yang semakin pesat, maka berbagai cara dipergunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. *Multi Level Marketing* merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan (produsen) untuk memasarkan atau mendistribusikan produknya melalui pengembangan agen asuransi atau distributor langsung secara mandiri, tanpa campur tangan perusahaan.¹⁹

Pada Pasal 1 angka 28 UU No. 40 Tahun 2014, dijelaskan bahwa agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi memasarkan produk asuransi atau produk asuransi.²⁰

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23 /POJK.05/2015 Tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi Pasal 48 mengatakan, bahwa Perusahaan yang memasarkan Produk Asuransi melalui agen asuransi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 ayat (1) huruf b, wajib memastikan bahwa agen asuransi tersebut memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai agen asuransi.²¹

¹⁹ Sumiyati, "Praktik Asuransi dengan Sistem *Multi Level Marketing* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian", dalam Jurnal Bina Mulia Hukum, (Bandung: Fak. Hukum Universitas Padjajaran), Vol. 1, No. 2, 2017, 207-208

²⁰ Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, Pasal 1 Angka 28

²¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23 /POJK.05/2015 Tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi Pasal 48

Pola usaha asuransi berbentuk MLM adalah suatu usaha asuransi yang mengembangkan pola pemasaran produk asuransinya melalui tenaga pemasar/agen asuransi yang bersifat mandiri tanpa campur tangan dari perusahaan asuransi. Oleh karena itu seorang agen asuransi tidak terikat dalam suatu perjanjian pemerantaraan dengan perusahaan asuransinya melainkan berada di luar perusahaan asuransi namun membantu kerja perusahaan asuransi dalam bentuk penyaluran produk asuransi kepada pihak tertanggung yang memerlukan.²²

Sementara imbal jasa yang diperoleh dalam bentuk potongan harga, komisi atau insentif ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan yang diberitahukan sejak mereka mendaftar menjadi calon anggota. Pemasarannya menjelaskan keuntungan menjadi nasabah serta peluang mendapatkan bonus tambahan bila berhasil mengajak nasabah lainnya, makin banyak yang diajak tentu bonus makin besar.²³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa konsep *Multi Level Marketing* pada asuransi yaitu suatu usaha asuransi yang mengembangkan pola pemasaran produk asuransinya melalui tenaga

²² Sumiyati, "Praktik Asuransi dengan Sistem *Multi Level Marketing* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian", dalam Jurnal Bina Mulia Hukum, (Bandung: Fak. Hukum Universitas Padjajaran), Vol. 1, No. 2, 2017, 210-211

²³ Network Bisnis Asuransi Jiwa Dengan Sistem MLM murni, dalam <https://howmoneyindonesia.com>

pemasar/agen asuransi yang bersifat mandiri tanpa campur tangan dari perusahaan asuransi.

1. Landasan Hukum *Multi Level Marketing* Pada Asuransi

Diketahui bahwa praktik asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing* berdasarkan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian secara eksplisit tidak dilarang, akan tetapi bila ditinjau secara menyeluruh dari berbagai aspek hukum yang terkait, maka praktik asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing* memiliki risiko terjadinya pelanggaran oleh pihak agen asuransi maupun pihak perusahaan asuransi kepada pihak tertanggung.²⁴

Asuransi berbentuk *Multi Level Marketing* adalah suatu usaha asuransi yang mengembangkan pola pemasaran produk asuransinya melalui tenaga pemasar atau agen asuransi yang bersifat mandiri tanpa campur tangan dari perusahaan asuransi. Oleh karena itu seorang agen asuransi tidak terikat dalam suatu perjanjian pemerantaraan dengan perusahaan asuransinya melainkan berada di luar perusahaan asuransi namun membantu kerja perusahaan asuransi dalam bentuk penyaluran produk asuransi kepada pihak tertanggung yang memerlukan.

Bila menelaah ketentuan Pasal 1 angka 1 dan ketentuan Pasal 1 angka 28 No. 40 Tahun 2014 dikaitkan dengan pemahaman sistem *Multi*

²⁴ Sumiyati, "Praktik Asuransi.", 206

Level Marketing, maka pengembangan pemasaran produk asuransi melalui *Multi Level Marketing* tidak dapat dihindari, dan akan sangat memudahkan dalam mencapai target penjualan. Akan tetapi, asuransi sebagaimana dijelaskan di dalam Peraturan Perundang-undangan di bidang perasuransian, mendasarkan diri pada ketentuan-ketentuan mengenai hukum perjanjian.²⁵

Pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 11/M-DAG/PER/3/2006, dikatakan bahwa Agen adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama prinsipal berdasarkan perjanjian untuk melakukan pemasaran tanpa melakukan pemindahan hak atas fisik barang atau jasa yang dimiliki atau dikuasai oleh prinsipal yang menunjuknya.²⁶

Penggunaan sistem *Multi Level Marketing* dalam pemasaran produk asuransi menyebabkan terdapatnya suatu kondisi dimana pihak agen asuransi yang merupakan agen turunan dari agen asuransi pemegang kuasa dari pihak penanggung atau perusahaan asuransi, sama sekali tidak terikat dengan suatu perjanjian kuasa dengan pihak penanggung atau perusahaan asuransi. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya pelepasan tanggung jawab dari pihak penanggung atau perusahaan asuransi terhadap pihak

²⁵ Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian, Pasal 1 Angka 28

²⁶ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran agen Atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa.

tertanggung karena tidak adanya perjanjian penjualan produk asuransi miliknya.²⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa praktik asuransi dengan sistem MLM secara eksplisit tidak dilarang, akan tetapi bila ditinjau dari berbagai aspek hukum, praktik asuransi dengan sistem MLM memiliki risiko terjadinya pelanggaran perjanjian oleh pihak agen asuransi maupun pihak perusahaan asuransi kepada pihak tertanggung.

²⁷ Sumiyati, "Praktik Asuransi., 213-214

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Timbal Balik Antara Perusahaan, Distributor dan Konsumen Akhir

Dari lahirnya perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* di tengah masyarakat memberikan sebuah kontribusi positif dan negatif bagi para pencari kerja dan pengangguran di tanah air. Hampir mayoritas pebisnis MLM adalah para anggota masyarakat menengah ke bawah yang hidup kurang berkecukupan dalam perekonomian dan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Sistem operasional yang dijalankan oleh perusahaan MLM dapat dikategorikan hampir mirip dengan perjanjian dalam *Syirkah al-Mudharabah* yaitu persekutuan antara pihak pemilik modal dengan pihak yang ahli dalam berdagang atau pengusaha, di mana pihak pemodal menyediakan seluruh modal kerja. Dengan demikian *Syirkah al-Mudharabah* dapat dikatakan sebagai perserikatan antara modal pada satu pihak, dan pekerjaan pada pihak lain. Keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung oleh pihak pemodal.²⁸

Pada prinsipnya perserikatan secara *Syirkah al-Mudharabah* adalah boleh menurut pendapat para ulama Malikiyah, Hanafiah,

²⁸ Abi Daud, *Sunan Abi Daud Juz 3*, (Dar Al Fikr, Beirut - Lebanon, 2119). h. 226.

Hanabilah, Syafi'iyah, Zhahiriyah, dan Imamiyah dengan berdasarkan kepada hadits Rasulullah SAW:

Artinya: Dari Abi Hurairah r.a. berkata: Rasulullah SAW. bersabda: "Sesungguhnya Allah berfirman, Aku bersama orang-orang yang berserikat selama seorang diantara mereka tidak berkhianat kepada yang lain, dan apabila telah berkhianat yang satu terhadap yang lain, maka Aku akan keluar dari mereka".² (HR. Abu Daud)²⁹

Pada sistem operasional MLM, bahwa pihak perusahaan menyediakan modal berupa produk perusahaan kepada para distributornya untuk dipasarkan atau dijual kepada konsumen. Pihak perusahaan juga menggait para calon distributornya dengan menawarkan bonus yang sangat besar serta memberikan impian yang sangat berlebihan dengan perhitungan bulan dapat meraup keuntungan jutaan rupiah. Hal itu pada akhirnya berimbas pada kondisi perekonomian masyarakat, dan daya pikir (akal) masyarakat yang sangat mudah diiming-imingi oleh bonus yang luar biasa dan harapan untuk dapat cepat kaya serta mencapai *passive income* (pendapatan tetap), sehingga masyarakat akan berbondong-bondong untuk menjadi member/distribotur dari bisnis tersebut.

Prinsip kerja yang demikian dilakukan dengan menggunakan sistem piramida untuk memangkas biaya pemasaran yang digunakan perusahaan yang tidak berlabel MLM pada umumnya. Kalau dalam perusahaan yang tidak menggunakan sistem MLM, sistem pemasarannya cenderung lebih panjang sehingga biaya pemasaran lebih banyak

²⁹ Bey Arifin, dkk, *Tarjamah Sunan Abi Daud*, (Semarang: CV. Asy-Syifa, 2113), Jilid 4, h. 34

dikeluarkan dan barang yang sampai kepada konsumen terkesan lambat ketimbang perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran dengan sistem MLM.

Pada perusahaan yang biasa (bukan MLM), pemasaran dilakukan melalui tahapan-tahapan, yaitu dari produsen, agen, grosir, pengecer, sampai ke konsumen. Sedangkan dalam perusahaan MLM dari produsen, anggota/distributor sampai kepada konsumen.

Dalam sistem operasional yang dijalankan oleh perusahaan MLM terjadi 3 rantai hubungan, yaitu antara perusahaan, distributor dan konsumen akhir. Perjanjian *syirkah al-mudharabah* hanya terjadi antara pihak perusahaan dengan para distributornya, sedangkan konsumen akhir hanyalah sebagai konsumen (pengguna) produk perusahaan. Kebanyakan di sini adalah dari sekian banyak perusahaan MLM yang berkembang di Indonesia jenis *syirkah* yang digambarkan dalam Islam, dalam aplikasinya tidak sesuai dengan *syirkah* yang sebenarnya. Di dalam *syirkah* adalah antara perusahaan dengan distributornya adalah hubungan relasi bisnis yang mana pemilik modal (perusahaan) memberikan kewenangan kepada para distributornya untuk memasarkan produk. Jadi sebenarnya, distributor tidak harus mengeluarkan uang untuk terlebih dahulu membeli produk kepada perusahaan, karena pada akhirnya para distributor adalah mitra usaha yang bertugas menjalankan usaha melalui pemasaran produk kepada konsumen.

Pada praktiknya, perusahaan MLM membuat rangkaian harga kepada para distributornya dan harga kepada konsumen akhir. Sedangkan dalam pembagian bonus perusahaan, distributor yang berhasil melakukan pemasaran produk, baik untuk konsumsi pribadi atau dijual kepada konsumen akhir tetap mendapatkan bonus dari perusahaan. Jadi, dalam akad syirkah ini telah terjadi dua akad sekaligus dalam 1 transaksi syirkah, yaitu akad jual beli dan akad syirkah. Selain itu, konsumen akhir yang menjadi konsumen juga berkesempatan untuk dapat menjadi anggota perserikatan dengan terlebih dahulu dalam perjanjiannya diwajibkan membayar biaya administrasi keanggotaan dan diwajibkan membeli produk perusahaan dengan ketentuan perusahaan untuk dapat menjalankan usaha ini, serta agar bisa mendapatkan bonus yang perusahaan berikan.

Anehnya lagi, seorang distributor setiap tahunnya harus kembali lagi membayar sejumlah uang untuk memperpanjang keanggotaannya. Padahal akad syirkah tidak akan berakhir selama kedua belah pihak tidak melakukan pelanggaran terhadap ketentuan yang diperjanjikan. Jadi, sistem kerja seperti ini menimbulkan kekaburan hukum karena tidak jelas, hubungan seperti apa antara perusahaan dengan distributornya, apakah hubungan antara relasi bisnis, hubungan antara atasan dan bawahan, atau hubungan antara perusahaan dan karyawannya.

Islam telah menjelaskan bahwa sebuah transaksi jual beli atau transaksi apapun adalah tidak dibolehkan di dalamnya mengandung unsur

gharar

(ketidakjelasan), seperti hadits Rasulullah SAW.:

Artinya: “Dari Abi Hurairah r.a. berkata: Rasulullah SAW melarang terjadinya transaksi jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli yang mengandung gharar” (HR. Muslim)³⁰

Kata *hashat* adalah ”melempar batu”, yaitu jual beli yang dilakukan dengan cara melempar batu. Ada tiga macam *hashat*:

- a. Seorang berkata : Bila aku campak batu kepadamu, berarti jual beli itu jadi.
 - b. Seorang berkata : Jadi jual beli barang yang jatuh atasnya batulemparanmu.
 - c. Seorang berkata : Jadi jual beli tanah sejauh batu lemparanmu.
- Gharar* adalah jual beli yang belum tentu harganya, rupanya, waktunya, tempatnya, jual kucing di dalam karung.³¹

An-Nawawi berkata: Larangan jual beli secara *gharar* adalah merupakan pokok di antara pokok-pokok hukum agama, yang dapat dimasukkan kedalamnya, beberapa hal yang banyak sekali. Dan ada dua hal yang dapat dikecualikan dari jual beli secara *gharar*, yaitu pertama barang yang merupakan bagian pokok dari barang yang dijual yang kalau dipisahkan tidak sah jual beli itu, seperti fondasi rumah, air susu yang masih berada ditetek hewan yang dijual, janin yang ada di dalam perut induknya; kedua yaitu barang yang tidak berharga kalau dibandingkan dengan barang pokok yang dijual, ada kalanya karena remehnya atau karena sulitnya dipisahkan seperti kapas yang berada di dalam jas.³²

³⁰ Muslim bin Hajjaj al-Qusyairi An-Naisaburi, *Shahih Muslim*, (Beirut: Darul Kutub Alamiyah, t.th), Juz 3, h. 4.

³¹ Abi Fadil Ahmad Ibn Hajar Al Asqalani, *Bulughul Maram*, Penerjemah: Ahmad Qadir Hassan, (Bangil: Pustaka Tamaam dan Pesantren Persatuan Islam Bangil, 2111), h. 406.

³² Faishal bin Abd. Aziz Al Mubarak, *Terjemah Nailur Authar*, Penerjemah: A. Qadir Hassan, dkk, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2007), Jilid 4, Cet. ke-4, h. 1646.

Dari transaksi perusahaan MLM tersebut akan berimbas juga kepada konsumen akhir yang pada akhirnya menimbulkan tingginya harga jual produk perusahaan ke konsumen, disebabkan karena perusahaan harus menggaji para distributor yang menjadi anggota pemasarannya, belum lagi untuk bonus yang dijanjikan perusahaan kepada para distributor sukses yang mampu meraih poin yang ditetapkan perusahaan untuk bisa mendapatkan bonus peringkat (*level*), baik berupa mobil, sepeda motor, rumah mewah, kapal pesiar, hingga mendapatkan *passive income* dan memiliki sebagian saham perusahaan.

Dampak lain adalah dengan adanya iming-iming bonus dari perusahaan yang begitu besar kepada para distributor membuat orang ramai datang untuk mendaftarkan diri sebagai member (*distributor*) perusahaan.

Sistem kerja seperti ini tentu saja akan menguntungkan seorang saja yang berada di level atas. Sementara untuk *downline* yang baru bergabung di perusahaan MLM ini karena keterbatasannya dengan kendala uang untuk membeli produk perusahaan dengan harga distributor yang mahal, kemudian menjualnya kepada konsumen akhir dengan harga mahal dan ketidakmampuan dia untuk merekrut *member* baru untuk bergabung di bisnis MLM, maka yang dia dapatkan 0% bonus perusahaan.

Dari bisnis ini bukan saja distributor yang merasa dirugikan, tetapi konsumen pun ikut dirugikan karena mahalnya barang produksi yang sampai ketangannya.

Jadi, hubungan perusahaan antara distributor dan konsumen akhir adalah hubungan antara atasan dan bawahan serta pasar yaitu (konsumen). Antara perusahaan sendiri dengan para distributornya terbentuk dalam sebuah jaringan kerja, dimana baik *upline* maupun *downline* dituntut perusahaan untuk dapat memasarkan produk perusahaan kepada masyarakat sebanyak-banyaknya dengan imbalan bonus yang ditawarkan perusahaan kepada *upline* dan *downline* yang sangat besar. Karena perusahaan merasa dirinya diuntungkan oleh pemasaran yang dilakukan *upline* maupun *downline*. Sementara antara *upline* dan *downline* yang dibentuk oleh perusahaan melalui sistem kerjanya memberikan kebebasan kepada *upline* untuk menawarkan sebuah pekerjaan kepada masyarakat untuk bergabung dalam bisnis MLM tersebut dengan bonus yang telah ditetapkan perusahaan kepada setiap *upline* yang mampu merekrut *downline*. Sedangkan konsumen juga terjalin hubungan yang sangat erat dengan perusahaan. Karena konsumen merupakan pengguna dari produk berupa barang/jasa yang diproduksi oleh perusahaan, dan masyarakat juga selain menjadi konsumen juga diberikan kesempatan oleh perusahaan untuk menjadi distributor di perusahaannya.

Tentu saja di sini yang diuntungkan adalah perusahaan. Perusahaan untung karena semakin banyak jumlah membeinya, maka semakin banyak pula *income* yang perusahaan dapatkan.

Juga dalam sejarah kelahiran MLM itu sendiri bahwa pertama kali sistem MLM lahir dari orang-orang Yahudi, di mana kita ketahui bahwa

orang-orang Yahudi dalam sistem perekonomiannya seringkali menerapkan sistem ekonomi kapitalis yang pada akhirnya mengenyampingkan konsep keadilan dalam bidang ekonomi dan membuat jurang pemisah antara si kaya dan si miskin. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 160-161 sebagai berikut:

Artinya: *“Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih”*.³³

Maka dengan sebab kezaliman orang-orang Yahudi, akibatnya diharamkan atas mereka beberapa jenis makanan yang baik, yang sebelumnya dihalalkan, sebagai hukuman dan pengajaran atas perbuatan mereka. Diharapkan, dengan demikian mereka mau menghentikan kezalimannya.

Jadi, tiap kali mereka melakukan suatu maksiat, maka diharamkan sejenis makanan yang baik atas mereka. Namun demikian, mereka malah mengada-ada atas nama Allah. Mereka katakan: ”Kami bukan orang pertama yang dilarang memakan makanan yang baik itu, karena makanan- makanan itu juga sudah diharamkan atas Nuh dan

³³ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2114), h. 150.

Ibrahim.

Adapun makanan-makanan baik yang diharamkan atas orang-orang Yahudi, ialah makanan-makanan yang diterangkan dalam firman Allah:

Artinya: “dan kepada orang-orang Yahudi, Kami haramkan segala binatang yang berkuku dan dari sapi dan domba, Kami haramkan atas mereka lemak dari kedua binatang itu, selain lemak yang melekat di punggung keduanya atau yang di perut besar dan usus atau yang bercampur dengan tulang. Demikianlah Kami hukum mereka disebabkan kedurhakaan mereka; dan sesungguhnya Kami adalah Maha benar.”³⁴

Di sini, Allah tidak merinci binatang apa saja, karena tujuan diceritakannya hal tersebut supaya dimengerti, bahwa itu adalah hukuman, tidak bermaksud menerangkan rincian makanan yang diharamkan itu sendiri.

Jadi, sama halnya ketika Allah tidak merincikan kezaliman apa saja yang menyebabkan mereka dihukum. Maksudnya, supaya orang tahu, bahwa macam kezaliman apapun bisa menjadi sebab turunnya hukuman di dunia, sebelum hukuman akhirat kelak.

Sedang hukuman yang dimaksud, bisa jadi hukuman duniawi, seperti beban-beban berat pada saat turunnya syari‘at, balasan sebagaimana yang sudah tercantum dalam kitab-kitab atas beberapa jenis dosa, seperti *had* dan *ta‘zir*, dan bisa juga berupa bencana, akibat melanggar Sunnah-sunnah yang telah digariskan Allah dalam undang-undang sosial, seperti kezaliman yang bisa menyebabkan lemahnya umat

³⁴ Depag RI, *Al-Qur‘an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur‘an, 2114), h. 150.

dan kemunduran kemudian dijajah bangsa lain atau bisa juga hukuman ukhrawi, yaitu hukuman yang telah diterangkan Allah dalam kitab-Nya yang mulia berupa siksaan dalam neraka.

As-Saad dan *As-Sudud: Al-Man''u* (mencegah, menghalangi). Ini bisa berarti mereka mencegah diri sendiri dari jalan Allah, yaitu ketika mereka tidak mematuhi perintah Nabi Musa dan sering menentangnya. Bisa juga berarti mereka menghalangi orang lain dari jalan Allah dengan memberi contoh yang jelek, atau dengan menyuruh melakukan kemungkaran dan melarang kebajikan.

Pengharaman makanan tersebut di atas juga disebabkan mereka memakanriba, padahal mereka telah dilarang memakannya lewat mulut para nabi mereka.

Sedang Taurat yang ada pada mereka, kini hanya menyatakan pengharaman riba yang diambil dari semua bangsa Yahudi sendiri dan dari

Dan pengharaman makanan tersebut di atas juga dikarenakan mereka memakan harta orang lain secara batil, yakni dengan menyuap kepada penguasa dan dengan cara khianat atau cara-cara lain untuk mengambil harta tanpa imbalan yang berarti.

Kemudian, setelah Allah SWT menerangkan tingkah laku yang buruk dari umat Yahudi, kekafiran dan kemaksiatan yang mereka lakukan, yang dalam hal ini Allah menyebut mereka secara mutlak sehingga bisa membikin salah paham, bahwa yang dimaksud adalah orang Yahudi siapa

saja, termasuk yang baik-baik; maka terdapatlah sesudah itu kata "istidrak" (penghubung, tetapi) dengan keterangan tentang orang-orang baik di kalangan umat tersebut yang tidak membiarkan dirinya bertaklid buta, bahkan digunakannya cahaya akal mereka.³⁵

Jadi sudah jelas bahwa orang-orang Yahudi menghalalkan segala cara untuk mendapatkan harta kehidupan duniawi yang tidak kekal dengan mengenyampingkan kehidupan akhirat, juga orang-orang Yahudi senang menyuruh melakukan kebatilan dan melarang melakukan kebajikan, di mana hal tersebut di dalam Islam jelas sangat bertentangan yang menghendaki umatnya menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat. Umat Islam diberi aturan-aturan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pegangan dalam kegiatan ekonomi dengan tidak menghalalkan segala macam cara untuk mendapatkan kekayaan dunia.

B. Praktek *Multi Level Marketing*

Multi level marketing (MLM) yaitu merupakan sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. MLM adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Sistem penjualan ini menggunakan beberapa level (tingkatan) di dalam

³⁵ Ahmad Musthafa Al Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, (Beirut: Darul Fikri, t.th), Jilid 2, Juz IV, h. 16-17.

pemasaran barang dagangannya. Dalam pengertian lain *Multi level Marketing* juga disebut dengan Penjualan Langsung Berjenjang yaitu cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain. Suatu yang khas dari multi level marketing adalah adanya sistem penjejang atau tingkat untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. Seperti halnya meniti karir dalam bisnis dari tingkat yang paling bawah, menjalani langkah demi langkah, hingga berhasil naik peringkat.

Multi Level Marketing secara harfiah adalah pemasaran yang dilakukan secara banyak tingkatan, terdapat istilah *up-line* (tingkat atas) dan *down-line* (tingkat bawah). *Up-line* dan *down-line* merupakan suatu hubungan pada dua level yang berbeda, yakni ke atas dan ke bawah, dan jika seseorang disebut *up-line*, maka ia mempunyai *down-line*, baik satu maupun lebih. Orang kedua yang disebut dengan *down-line* ini juga kemudian dapat menjadi *up-line* ketika dia berhasil merekrut orang lain menjadi *down-line*, begitu seterusnya.

Di dalam bisnis ini bagi setiap distributor yang mampu merekrut beberapa *down line*, secara otomatis peringkatnya akan naik. Jika ia mampu membina *down line* untuk melakukan hal serupa peringkatnya akan terus menanjak sesuai dengan bertambahnya jaringan. Inilah yang dimaksud dengan pertumbuhan eksponensial. MLM adalah salah satu cara yang dirancang oleh perusahaan untuk menawarkan suatu produk dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, dengan jalan melaksanakan penjualan secara langsung kepada konsumen melalui suatu

jaringan yang dikembangkan oleh para distributor. MLM disebut juga dengan *network marketing*, yang intinya adalah membentuk jaringan bisnis atau pemasaran dan membagi-bagi keuntungan bersama. MLM saat ini semakin marak jumlahnya baik dari sisi berdirinya badan usahanya maupun jumlah pelaku usahanya, MLM merupakan salah satu cabang dari *direct selling* (penjualan langsung), bisnis penjualan langsung ini juga mengandalkan kekuatan distributor (pelaku bisnis MLM) sebagai ujung tombak dalam tercapainya kesuksesan dan sebagai fondasi dalam membangun jaringan bisnis.

Keuntungan yang didapatkan oleh mereka yaitu diperoleh dari laba grosir, laba ecer dan presentase dari volume penjualan total kelompok atau jaringan yang berhasil dibentuk. Keunggulan metode ini adalah ketika mereka menjadi anggota pasif masih memungkinkan untuk mendapatkan penghasilan atau bonus asal dapat mensponsori anggota sebanyak mungkin. Bagi perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan MLM tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga produksi jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, dan sebagaimana bergantung level penjualan dan status keanggotaan distributor.

Jasa perantara penjualan ini (makelar) dalam terminologi fiqh disebut "*samsarah/simsar*" ialah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli) atau perantara antara penjual dan pembeli untuk mempermudah jual beli. Pekerjaan *samsarah/simsarah* burapa makelar, distributor, agen dan lainnya dalam fiqh islam termasuk akad ijarah. Akad ijarah adalah suatu transaksi memanfaatkan jasa orang dengan imbalan. Pada dasarnya

para ulama memandang boleh saja. Namun untuk sahnya pekerjaan makelar harus memenuhi beberapa syarat yaitu:

- a. Perjanjian diantara kedua belah pihak harus jelas.
- b. Obyek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan.
- c. Obyek akad bukan hal-hal yang maksiat atau haram.

Adapun sebab-sebab pemakelaran yang tidak diperbolehkan oleh islam yaitu:

- a. Jika pemakelaran tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap pembeli maka tidak diperbolehkan.
- b. Jika pemakelaran tersebut memberikan mudharat dan mengandung kezhaliman terhadap penjual maka tidak diperbolehkan.

Praktek *multi level marketing* tersebut tidak bisa dilepaskan dari empat hukum, bisa salah satunya, atau kedua-duanya sekaligus:

- a. Hukum dua akad dalam satu transaksi, atau yang dikenal dengan istilah *Shafqatain fi shafqah*, atau *bay''atayn fi bay''ah*. Akad pertama adalah akad jual-beli (*bay''*), sedangkan akad kedua akad samsarah (pemakelaran). Di dalam transaksi dengan metode MLM, seorang anggota mempunyai dua kedudukan: *Kedudukan pertama*, sebagai pembeli produk, karena dia membeli produk secara langsung dari perusahaan atau distributor. Pada setiap pembelian, biasanya dia akan mendapatkan bonus berupa potongan harga. *Kedudukan kedua* sebagai makelar, karena selain membeli produk tersebut, dia harus berusaha merekrut anggota baru. Setiap perekrutan dia mendapatkan bonus juga.
- b. Hukum pemakelaran atas pemakelaran, atau *samsarah ,,ala samsarah*. *Up line* atau TCO adalah simsar (makelar), baik bagi pemilik (malik) langsung, atau

tidak, yang kemudian memakelari *down line* di bawahnya dan selanjutnya *down line* di bawahnya menjadi makelar bagi *down line* di bawahnya lagi.

- c. Hukum komisis dan bonus, baik bonus pembelian langsung maupun tidak langsung yang lazim disebut bonus jaringan dan kepemimpinan.
- d. Praktik *Ghabn Fashisyah* (penipuan harga yang keji), yaitu dinaikannya harga berkali lipat dari harga pasar.

Dalam kehidupan bermuamalah, islam telah memberikan garis kebijaksanaan perekonomian yang jelas. Transaksi bisnis atau perdagangan merupakan hal yang paling diperhatikan dan di muliakan oleh Islam, baik perdagangan yang dilakukan oleh individual atau perusahaan dan berbagai lembaga tertentu yang serupa.

Bisnis MLM saat ini semakin marak dan banyak diminati banyak orang, lantaran perdagangan dengan sistem MLM ini menjajikan kekayaan yang melimpah tanpa banyak modal dan tidak begitu ruwet. Di Indonesia terdapat lebih dari 100 perusahaan yang mengatasnamakan dirinya menggunakan MLM, dan untuk mengetahui atau mengenal satu persatu perusahaan yang menggunakan sistem ini, tentulah membutuhkan waktu yang panjang namun suatu perusahaan dapat memberikan penjelasan secara utuh tentang program-program perusahaan tersebut melalui buku atau presentasi.

Perkembangan bisnis Multi Level Marketing di Indonesia terdapat Pro kontra di antara para ulama ahli fiqh, sehingga Majelis Ulama Indonesia juga aktif memberikan kepastian status hukum terhadap perdagangan berbasis MLM yang menjamur di indonesia. Walaupun saat ini bisnis MLM masih pro dan kontra,

namun seiring berjalannya waktu bisnis MLM saat ini sangatlah berkembang dengan pesat dimana banyak sekali leader-leader yang dicetak oleh perusahaan saat ini memiliki penghasilan puluhan juta hingga ratusan juta rupiah perbulan. Ini membuktikan bahwa bisnis MLM sangatlah diminati banyak orang dan tidak akan berhenti bahkan akan terus berkembang.

Persoalan bisnis MLM yang ditanyakan mengenai hukum halal haramnya bergantung sejauh mana dalam praktiknya setelah dikaji dan dinilai apakah sesuai syariah atau tidak. Semua bisnis yang menggunakan sistem MLM dalam literatur syariah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-Buyu* (jual beli) yang hukum asalnya secara prinsip boleh berdasarkan kaidah fiqh (*al-ashlu fil asya al-ibahah*) hukum asal segala sesuatu termasuk muamalah adalah boleh selama bisnis tersebut bebas dari unsur-unsur haram seperti riba (sistem bunga), *gharar* (tipuan), *dharar* (bahaya), dan *jahalalah* (ketidakjelasan). *Dzulm* (merugikan hak orang lain) disamping barang atau jasa yang dibisniskan adalah halal.

Jika sistem perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan dengan cara pemaksaan, atau barang yang diperjualbelikan tidak jelas karena dalam bentuk paket yang terbungkus dan sebelum transaksi tidak dapat dilihat oleh pembeli, maka hukumnya haram karena mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*). Jika harga barang-barang yang diperjualbelikan dalam sistem perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) jauh lebih tinggi dari harga yang wajar, maka hukumnya haram karena secara tidak langsung pihak perusahaan telah menambahkan harga barang yang dibebankan kepada pihak pembeli sebagai

sharing modal dalam akad *syirkah* mengingat pihak pembeli sekaligus akan menjadi *member* perusahaan, yang apabila ia ikut memasarkan akan mendapat keuntungan secara estafet. Dengan demikian, praktek perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*) karena terjadi kekaburan antara akad jual beli (*al-ba'i*), *syirkah* sekaligus *mudharabah* karena pihak pembeli sesudah menjadi *member* juga berfungsi sebagai *amil* (pelaksana/tugas) yang akan memasarkan produk perusahaan kepada calon pembeli (*member*) baru.

Dalam melakukan pemasarannya, perusahaan MLM murni harus memenuhi ketentuan paling sedikit menyangkut hal-hal sebagai berikut:

1. Memiliki alur distribusi barang dan atau jasa yang jelas dari perusahaan sampai kepada konsumen akhir.
2. Jumlah komisi dan bonus atas hasil penjualan yang diberikan kepada mitra usaha dan jaringan pemasaran dibawahnya paling banyak 40% dari jumlah nilai penjualan barang dan/atau jasa perusahaan kepada mitra usaha. Proses untuk menjadi member dalam jaringan bisnis pemasaran seperti ini, biasanya setiap orang harus menjadi member (anggota jaringan) dengan mengisi formulir membership serta membayar sejumlah uang pendaftar, disertai dengan pembelian produk tertentu agar member tersebut mempunyai point, dan kadang tanpa pembelian produk. Perolehan point menjadi sangat penting dalam bisnis ini karena ini menjadi tolak ukur besar kecilnya bonus yang diperoleh.

Setiap orang yang mendirikan perusahaan pastilah memiliki suatu tujuan atau cita-cita dalam mengembangkan perusahaannya. Setiap perusahaan pasti memiliki cara atau strategi tersendiri dalam menjual atau memasarkan produknya agar diminati oleh kalangan masyarakat luas. Seperti halnya perusahaan yang memasarkan produknya dengan cara Multi Level Marketing, dimana ini selain menjual barang juga merekrut orang atau konsumen untuk menjual barang dengan begitu banyak sekali orang yang menjual barang tersebut.

Tujuan *Multi Level Marketing* sama dengan tujuan dari metode pemasaran yang lain, yakni untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu meningkatkan pemasukan dan mengurangi pengeluaran.

- a. Meningkatkan pemasukan. Biasanya perusahaan lebih memusatkan pada peningkatan omset penjualan dari pada meningkatkan laba yang didapat dari setiap produk dengan menaikkan harga produk.
- b. Mengurangi pengeluaran. Perusahaan dapat menggunakan dua cara untuk mengurangi pengeluaran, yang *pertama* memindahkan

Secara realitas, kini perusahaan MLM sudah banyak tumbuh dan berkembang, baik di dalam maupun luar negeri. Bahkan di Indonesia sudah ada yang secara terang terangan menyatakan bahwa MLM tersebut sesuai syariat dan mendapatkan sertifikasi halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Untuk MLM yang berdasarkan prinsip syariah ini, masih diperlukan akuntabilitas dari MUI. Ada dua aspek untuk menilai apakah bisnis

MLM itu sesuai dengan syariah atau tidak yaitu, (1) Aspek produk atau jasa yang dijual, (2) Sistem dari MLM itu sendiri.

Dari aspek produk yang dijual, harus merupakan produk-produk yang halal, bermanfaat dan dapat diserahkan terimakan serta mempunyai harga yang jelas. MLM yang dikelola oleh seorang muslim, jika objeknya tidak memenuhi diatas, hukumnya tidak sah. Adapun dari aspek sistem, pada dasarnya MLM yang berbasis syariah tidak jauh berbeda dengan MLM konvensional. Yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa harus memenuhi hal-hal sebagai berikut¹⁷ : *pertama*, produk yang dipasarkan harus halal, baik dan menjauhi syubhat. *Kedua*, sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam. *Ketiga*, Operasional, kebijakan, budaya organisasi, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah. *Keempat*, tidak ada mark up harga produk yang berlebihan, sehingga anggota terzalimi dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. *Kelima*, dalam struktur organisasinya, perlu ada Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami permasalahannya. Selanjutnya, formula insentif harus adil, tidak menzalimi down line dan tidak menempatkan *up-line* hanya menerima *pasif income* tanpa bekerja, *up-line* tidak boleh menerima income dari hasil jerih payah *down-linanya*. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. Oleh karena itu pembagian bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang

berprestasi tidak hura-hura dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitik beratkan barang-barang tertier, terutama ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Disamping itu, perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi ummat.

C. Akibat Yang Ditimbulkan Dari Sistem Kerja Perusahaan *Multi Level Marketing*

Dalam bisnis *Multi Level Marketing*, sistem kerja yang digunakan adalah melalui penjualan berjenjang yang dibentuk melalui jaringan kerja kelompok dengan bonus perusahaan didapatkan dalam dua macam cara, yaitu (1) dengan cara penjualan produk perusahaan, dan (2) rekrutmen anggota/member baru oleh *upline* di bawah garis jaringannya.

1. Melalui penjualan produk perusahaan

Melalui jalur pertama ini, ada beberapa dampak negatif yang dapat ditimbulkan, yaitu:

a. Tingginya harga penjualan

Seorang distributor yang menjalankan cara yang pertama dalam bisnis MLM yaitu melalui penjualan produk perusahaan tentu saja memerlukan modal (uang) yang besar untuk dapat membeli produk dari perusahaan dengan standar harga distributor yang telah ditetapkan besarnya harga produk oleh perusahaan. Biasanya harga distributor seperempat di bawah harga konsumen biasa, jadi seorang distributor masih memiliki keuntungan dari harga penjualan ke konsumen biasa karena harga

konsumen biasa lebih mahal dari harga seorang distributor. Dengan contoh: harga 1 set produk anggaplah “diterjen” seharga Rp. 500,- harga distributor, maka seorang distributor dapat menjual dengan harga Rp. 800,- ke konsumen biasa. Jadi, besar keuntungan penjualan produk oleh seorang distributor sebesar Rp. 300,-. Karena juga biasanya harga konsumen biasa telah ditentukan oleh perusahaan, dan seorang distributor yang baik tidak melanggar aturan dari perusahaan MLM yang ia geluti.

Jadi, kalau dianalisa lebih mendalam bahwa perbandingan antara perusahaan biasa yang tidak menggunakan sistem multi level dengan perusahaan yang menggunakan sistem multi level tidak jauh berbeda dalam permasalahan harga jual produk yang sampai kepada konsumen akhir (masyarakat). Malahan harga jual produk di bisnis multi level kepada konsumen akhir terkesan harga produk terlalu mahal untuk dikonsumsi masyarakat menengah ke bawah, sementara kualitas produk tidak jauh berbeda dengan produk yang sejenis dari perusahaan bukan multi level. Karena membengkaknya harga distributor itulah menjadi penyebab tingginya harga produk yang datang kepada konsumen akhir.

b. Cara pemasaran produk yang berlebih-lebihan oleh distributor

Banyaknya uang yang telah dikeluarkan seorang distributor untuk membeli produk perusahaan akan membuat setiap distributor untuk dapat mengembalikan modal yang telah ia keluarkan dari pembelian produk. Yaitu distributor akan menjual produk perusahaan tersebut dengan harga

yang lebih tinggi dari harga yang ia beli dari perusahaan.

Dengan tingginya harga penjualan tersebut, seorang distributor akan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menjual produk yang ia beli dari perusahaan dengan harga yang tinggi kepada konsumen akhir. Sementara target pasar yang mudah dijamah oleh para distributor adalah masyarakat menengah ke bawah. Karena masyarakat kelas atas akan lebih senang membeli produk dari perusahaan besar yang sudah mempunyai nama besar dan diakui kualitasnya oleh dunia internasional walaupun harga jauh lebih mahal. Kondisi yang demikian akan membuat distributor memilih jalur masyarakat menengah ke bawah yang memiliki tingkat perekonomian rendah.

Akan tetapi, kondisi yang demikian tersebut tidak mudah bagi seorang distributor memasarkan produk perusahaan yang terasa asing di telinga masyarakat. Oleh sebab itulah, biasanya dalam praktiknya para distributor dari perusahaan MLM akan gencar melakukan sosialisasi produk perusahaan dan terkadang melebih-lebihkan kualitas produk dari yang seharusnya.

Produk yang biasa-biasa saja dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas tinggi dan diakui oleh dunia internasional, juga biasanya perusahaan MLM yang memproduksi *suplemen food* (makanan tambahan) yang berupa obat kesehatan terkadang sangat berlebihan dalam mendemonstrasikan produk tersebut. Bahkan

untuk menambah kepercayaan masyarakat, sedikit saja kelemahan dari produk tersebut tidak pernah disampaikan, malahan ditutup-tutupi sedemikian rupa, yang dijelaskan kepada masyarakat hanyalah kelebihan dari produk tersebut.

Cara yang demikian sangat jelas bertentangan dengan kaidah jual beli dalam Islam yang menekankan transparansi produk kepada calon pembeli. Dan hal tersebut sangat bertentangan dengan etika bisnis di dalam konsep syari'ah yang menjunjung tinggi prinsip kejujuran (shiddiq), amanah (dapat dipercaya), dan kualitas produk yang baik.

2. Melalui jalur rekrutmen anggota

Cara kedua yang dijalankan dalam bisnis MLM adalah melalui perekrutan member/anggota oleh perusahaan untuk mempercepat proses pemasaran produk perusahaan, baik barang/jasa. Dari cara yang kedua ini juga akan menimbulkan beberapa dampak, yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah dengan sistem ini pihak perusahaan dapat memangkas biaya-biaya distribusi yang tinggi, yaitu biaya promosi seperti promosi di media massa elektronik maupun cetak yang sangat mahal, dan yang kedua adalah mempercepat proses pemasaran barang/jasa kepada konsumen tanpa melalui jalur distribusi yang panjang. Pihak perusahaan langsung dapat memasarkan barang/jasa langsung melalui distributor kepada konsumen dengan iklan yang dilakukan para distributor dari

mulut ke mulut, karena telah diakui bahwa iklan dari mulut ke mulut merupakan iklan tercepat dan efisien. Sedangkan dampak negatif dari cara perekrutan anggota ini adalah sebagai berikut:

a. Monopoli pasar

Semakin banyak orang yang bergabung dalam bisnis MLM ini maka semakin besar pula keuntungan yang perusahaan dapatkan. Karena seorang distributor ketika ingin bergabung dalam kelompok kerja ini harus membayarkan sejumlah uang sebagai persyaratan menjadi anggota/member. Dan juga semakin banyak orang yang menjadi member perusahaan, maka semakin besar pula produk perusahaan yang akan habis terjual.

Perekrutan member-member baru bukan dilakukan langsung oleh perusahaan, tetapi oleh para member-member awal dalam bisnis ini, karena akan sangat gencar member-member awal tersebut berusaha semaksimal mungkin untuk merekrut member baru di bawah jaringan kerjanya. Hal tersebut dilakukan, karena para member yang bergabung dalam bisnis MLM tergiur dengan bonus yang dijanjikan oleh perusahaan MLM dengan bonus yang sangat besar dengan hanya merekrut beberapa orang saja.

Para member juga tidak lagi menghiraukan kualitas produk, yang ada malahan para member berusaha merekrut semua masyarakat untuk menjadi member baru yang berada di bawah kelompok kerjanya. Karena,

dari situlah member teratas (*Upline*) akan mendapatkan bonus perusahaan MLM janjikan. Jadi, seakan-akan produk hanyalah sebagai tameng bagi perusahaan MLM sebagai alat untuk mencukupi syarat usaha sebuah perusahaan menurut aturan hukum.

Jadi, apabila kebanyakan orang bergabung dalam kelompok kerja ini, maka dikhawatirkan akan terjadi monopoli produk di pasar yang dapat mengancam kestabilan perekonomian masyarakat dan nasional. Dan kalau hal tersebut terjadi maka pihak perusahaan akan semakin leluasa mempermainkan harga produk di pasar dan dapat menguasai pasar.

b. Eksploitasi anggota

Terjadi eksploitasi anggota disebabkan oleh cara yang dilakukan perusahaan MLM. Setiap member awal yang berada pada level atas (*Upline*) dijanjikan perusahaan dengan bonus besar ketika dia berhasil merekrut member-member baru di bawah jaringan kerjanya (*Downline*). Ketika perusahaan diuntungkan dengan banyaknya member baru yang bergabung dalam bisnis perusahaannya, maka akan semakin banyak produk yang terjual. karena keharusan membeli produk perusahaan oleh setiap anggota dan dari uang pendaftaran para member baru. Sementara hasil dari perekrutan yang dilakukan oleh *upline* kepada *downline* hanya dinikmati oleh perusahaan dan *upline*. Dalam status kerjanya, *upline* tetap akan mendapatkan bonus perusahaan ketika para *downline* yang

berada di bawah jaringan kerjanya terus-menerus merekrut member baru dan menjual produk sehingga para *downline* akan cepat sukses dan juga mendapatkan bonus dari perusahaan. Sementara *upline* hanya diam saja tanpa bergerak lagi pun untuk merekrut member baru tetap akan mendapatkan bonus dari perusahaan karena para *downline* sudah berhasil merekrut para *downline-downline* baru dan hasil penjualan kerja jaringan.

Jelas terlihat dari praktik tersebut bahwa *downline* secara tidak sadar telah dieksploitasi tenaga dan waktunya dalam bisnis MLM ini berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai target perusahaan dalam mendapatkan bonus yang perusahaan janjikan.

Bukan itu saja, pihak perusahaan juga telah melakukan kepada semua membeinya dengan menerapkan kewajiban tutup poin bagi membeinya di akhir bulan, dan ketika para member tidak berhasil mencapai target perusahaan agar bisa tutup poin, maka para member tidak dapat mengambil bonus. Karena istilah tutup poin dalam bisnis MLM adalah berfungsi bagi perusahaan untuk mengevaluasi keadaan keseluruhan perusahaannya, juga untuk penetapan bonus bagi para distributornya.

Oleh sebab itu, biasanya penghasilan para member perbulan akan mengalami fluktuasi bonus perusahaan. Ketika member tidak mencapai target perusahaan, maka penghasilan perbulannya akan mengalami kemerosotan dari bulan terdahulu. Dan bahkan ada perusahaan MLM yang

menerapkan ketika seorang distributor tidak mampu melakukan tutup poin pada bulan berikutnya, maka penghasilan perbulannya tidak dapat dia peroleh, walaupun seorang member tersebut hampir memenuhi poin yang ditentukan oleh perusahaan kepada dirinya. Dan poin-poin yang tidak mencapai target perusahaan pada bulan berikutnya akan hangus. Dan dalam hal ini perusahaan yang diuntungkan, karena poin tersebut didapatkan oleh para member dari penjualan produk perusahaan dan perekrutan member baru.

c. Pembagian bonus yang tidak seimbang

Sebuah perusahaan yang menggunakan sistem operasional multi level marketing telah menimbulkan ketidakseimbangan bonus yang diberikan pihak perusahaan kepada para distributornya. Kebanyakan perusahaan MLM menerapkan pembagian bonus berdasarkan jenjang karir yang didapat dari penjualan produk perusahaan yang dilakukan seorang distributor, baik penjualan pribadi maupun kelompoknya, dan rekrutmen anggota baru serta besar bonus juga ditentukan oleh yang lebih dulu bergabung di bisnis MLM, sementara yang berada di akhir akan mendapatkan bonus yang lebih sedikit. Karena perusahaan lebih menghargai orang yang lebih awal bergabung dalam bisnis MLM ketimbang orang yang berada paling akhir. Karena para *upline* juga mendapatkan bonus dari hasil kerja *downline* yang diambil perusahaan

dari jumlah persentase poin penjualan anggota yang berada di bawah jaringan kerja *upline*.

Jadi, orang yang bekerja keras dalam pekerjaan yang halal dengan jerih payah kerja tangannya lebih baik dan sangat dimuliakan dalam Islam. Dan kalau seseorang mendapatkan harta atau penghasilan dari jerih payah orang lain, sementara dia hanya berdiam diri tanpa memberikan modal atau jasanya kepada orang yang bekerja, maka perbuatan tersebut adalah perbuatan tercela. Oleh sebab itu, dalam pembagian yang dijalankan perusahaan MLM kepada para distributornya yang lebih diuntungkan adalah *upline* yang berada di garis teratas, sementara *downline* yang bekerja keras malahan mendapatkan bonus lebih sedikit dari *upline*. Ini mengakibatkan ketidakseimbangan jumlah pembagian bonus dan unsur ketidakadilan.

Di dalam fiqh muamalah ada beberapa azas dan prinsip yang perlu diperhatikan oleh manusia untuk melakukan praktik muamalah secara tunai. Azas-azas fiqh muamalah yang perlu diperhatikan tersebut, yaitu azas manfaat, azas maslahat, azas *li ta'abbudi* (ibadah), azas kemanusiaan dan azas keadilan (*al-'adillah*).

Jadi pada dasarnya, bisnis apapun dalam perniagaan yang dilakukan oleh manusia paling tidak memperhatikan 5 azas dalam fiqh muamalah tersebut, yaitu azas manfaat adalah setiap usaha apapun yang dilakukan harus mengandung manfaat di dalamnya. Manfaat tersebut baik bagi pemilik usaha, para pekerja/karyawan/distributor, konsumen dan orang

lain. Seperti di dalam sistem MLM yaitu harus bermanfaat bagi pihak produsen (perusahaan), distributor (penyalur) dan konsumen (pengguna). Kemudian azas maslahat, yaitu usaha yang dijalankan oleh perusahaan MLM harus mengandung unsur maslahat (kebaikan), kebaikan di sini bersifat umum berlaku bagi pemerintah selaku pemberi kebijakan kepada perusahaan, perusahaan, distributor (*upline* dan *downline*) dan konsumen.

Selanjutnya adalah dalam pekerjaan apapun harus mengandung azas *li ta'abbudi* (ibadah). Jadi setiap usaha yang halal lagi baik adalah usaha yang mengandung nuansa ibadah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada manusia di muka bumi. Maksudnya adalah bahwa usaha yang dijalankan oleh manusia tidak terlepas dari tujuannya untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT jangan hanya mengejar dunia fana ini saja, karena setiap usaha yang dilakukan manusia kelak akan dipertanggungjawabkan di akhirat.

Azas yang lain adalah azas keadilan dan azas kemanusiaan, yaitu kedua azas ini harus tercermin dalam kehidupan bermuamalah sehari-hari, baik dalam berusaha untuk mendapatkan rezeki Allah SWT di dunia. Seperti dalam sistem MLM hendaknya kedua azas ini diberlakukan dalam penerapan sistemnya. Hendaknya ada keadilan antara pihak perusahaan selaku pemegang modal dengan pihak distributor (yaitu antara *upline* dan *downline*) dan konsumen, baik dalam sistem perekrutan maupun dalam pembagian keuntungan. Selain itu, juga azas kemanusiaan perlu diaplikasikan dalam penerapan sistem

MLM tersebut, yaitu jangan sampai mengundang terjadinya eksploitasi terhadap anggota, yaitu orang yang berada pada posisi *upline* juga mendapatkan keuntungan dari hasil kerja *downline*, hal tersebut secara tidak sadar adalah merupakan praktik eksploitasi terhadap orang yang berada di bawah. Padahal ada prinsip di dalam bermuamalah yang perlu diperhatikan bersama yaitu prinsip *ta'awwun* (tolong menolong) dan *antaradhin* (suka sama suka)¹³, bahwasanya setiap usaha atau transaksi maupun perkongsian haruslah mengandung prinsip tolong menolong dan suka sama suka (kerelaan) sehingga unsur paksaan tidak ada di dalamnya. Yaitu pihak yang berduit (orang kaya) berusaha membantu yang miskin dengan harta dan usaha yang dimilikinya bekerjasama dalam melakukan sebuah pekerjaan dengan tidak mengindahkan prinsip kebersamaan (suka sama suka) di antara pihak yang melakukan kerjasama apapun yang dibenarkan oleh syara'".

D. Tinjauan Hukum Islam Tentang Sistem Operasional *Multi Level Marketing*

Sistem operasional Multi Level Marketing dilakukan dengan 2 cara, yaitu melalui penjualan produk perusahaan dan perekrutan member-member baru (*downline*) oleh member-member yang berada di level atas (*upline*). Dari dua cara sistem operasional yang dijalankan oleh

perusahaan itulah menimbulkan akibat hukum menurut pandangan hukum Islam.

Melihat sistem operasional yang dijalankan perusahaan melalui sistem MLM, ada beberapa hukum yang ditimbulkan daripadanya, yaitu:

1. Menurut pandangan Al-Qur'an dan Al-Hadits tentang sistem operasional *multi level marketing*

Al-Qur'an telah menjelaskan kepada umat Islam melalui ayat-ayatnya bahwa jual beli dan perserikatan kerja adalah halal karena keduanya merupakan bentuk muamalah bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dalam menjalani kehidupan di dunia, dan setiap muamalah pada dasarnya adalah boleh (mubah) seperti yang dijelaskan dalam kaidah ushul fiqh:

Untuk jual beli sendiri sudah sangat jelas di dalam Al-Qur'an disebutkan kehalalannya dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:

Artinya: ".....dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"

Dari ayat Al-Qur'an tersebut jelas riba" diharamkan keberadaannya dalam jual beli dan transaksi apapun karena riba" merupakan kegiatan yang sangat menyengsarakan dan sangat memberatkan orang yang menanggung riba" tersebut. Unsur riba" tersebut dalam bisnis MLM dapat dilihat dari praktiknya. Jika perusahaan Multi Level Marketing (MLM) melakukan kegiatan menjaring dana

masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan tertentu dalam setiap bulannya, maka kegiatan tersebut adalah haram karena melakukan praktik riba yaitu dalam bentuk berjanji untuk menggandakan uang nasabah yang jelas-jelas diharamkan oleh Allah SWT. Apalagi dalam kenyataannya tidak semua perusahaan mampu memberikan keuntungan seperti yang dijanjikan, bahkan terkadang menggelapkan dana nasabah yang menjadi member perusahaan. Sebagaimana telah difirmankan Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 279:

Artinya: "...Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya".

Ayat di atas jelas menerangkan tentang keharaman riba dan agar manusia berhenti untuk mengambil riba dari hartanya. Sedangkan apabila perusahaan MLM menjalankan sistemnya dengan cara menjaring dana dari masyarakat dan berjanji akan memberikan keuntungan kepada memernya setiap bulannya dari dana yang ia serahkan kepada pihak perusahaan, maka dapat dikategorikan riba.

Akan tetapi, di dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh perusahaan MLM murni bahwa pihak perusahaan merupakan produsen dan konsumen dari perusahaan tersebut adalah distributor dan konsumen

akhir. Jadi, pada prinsipnya jual beli melalui sistem multi level marketing adalah boleh karena rukun dan syarat jual beli terpenuhi, yaitu (1) terdapatnya pihak penjual (perusahaan), (2) adanya pihak pembeli (distributor dan konsumen akhir), (3) adanya barang yang diperjualbelikan, dan (4) adanya akad. Walaupun pada dasarnya bonus yang didapatkan oleh distributor dari perusahaan adalah hasil dari omzet penjualan produk yang dilakukan oleh perusahaan dan distributornya. Dalam MLM juga terjadi dua harga yang dipatok oleh perusahaan, yaitu harga distributor dan harga konsumen (konsumen akhir), serta konsumen akhir diberi kesempatan oleh perusahaan untuk menjadi seorang distributor. Jadi, sistem pemasaran seperti ini adalah boleh saja seperti dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 di atas. Akan tetapi, yang menjadi masalah adalah persoalan pembagian bonus, cara penjualan produk oleh distributor dan perekrutan anggota oleh perusahaan untuk menjadi seorang distributor.

Sementara itu, sistem operasional yang dijalankan perusahaan MLM juga dijalankan oleh perusahaan tersebut apabila distributor yang berada pada level atas (*upline*), maka oleh pihak perusahaan bonus yang didapatkan selain dari penjualan produk perusahaan secara mandiri, juga dari hasil penjualan kelompok dari hasil kerja distributor yang berada pada level bawah (*downline*).

Jadi, hubungan kerja seperti ini adalah bathil. Karena orang yang

berada pada level atas bisa mendapatkan keuntungan dari hasil kerja orang yang berada pada level bawah.

Bisnis MLM juga mengandung unsur perjudian karena para anggota dari bisnis ini setiap tahunnya akan membayarkan sejumlah uang untuk memperpanjang keanggotaannya dengan harapan ketika seseorang membayar keanggotaannya tersebut bisa mendapat keuntungan yang jauh lebih banyak seperti yang dijanjikan oleh perusahaan MLM tersebut.

Jadi, pada dasarnya hukum dari syirkah sendiri menurut hadits Rasulullah SAW adalah boleh asalkan seseorang tidak berkhianat terhadap kawan perserikatannya.

Akan tetapi, apa yang dijalankan oleh perusahaan MLM mengandung beberapa sebab yang menjadikannya haram karena tidak sesuai dengan akad syirkah menurut hadits di atas, bahwa terdapat unsur *gharar* (kesamaran/spekulasi). karena bonus yang didapatkan seorang distributor dibayarkan oleh perusahaan melalui keuntungan penjualan produk dan biaya pendaftaran anggota baru.

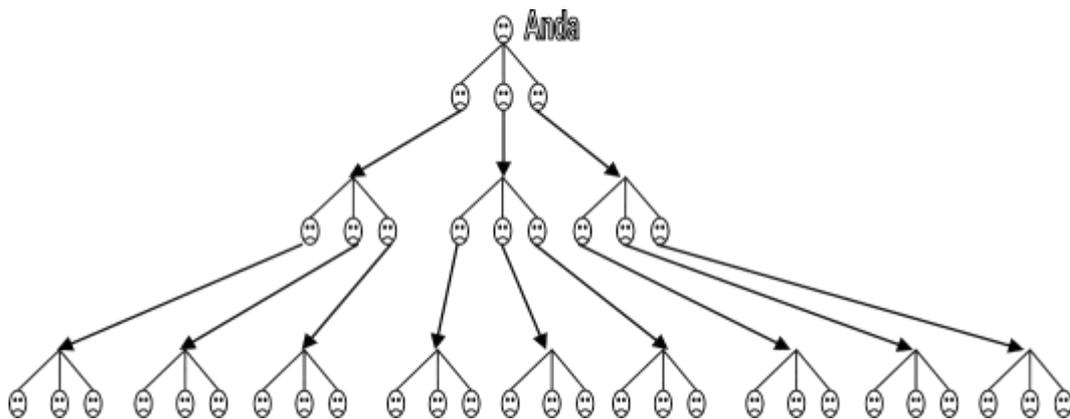
Sesuatu hal yang sangat mustahil perusahaan lakukan untuk dapat membayar gaji distributor dan membayar bonus peringkat yang sangat besar. Sementara ada perusahaan MLM yang menawarkan hanya cukup mencari 3 peringkat di bawah jaringan kerjanya maka akan mendapatkan keuntungan jutaan rupiah. Kalau kita lihat sejenak terkesan sangat mudah hanya mencari 3 peringkat saja Anda telah bisa mendapatkan keuntungan jutaan rupiah. Padahal kalau kita teliti lebih dalam yang perlu kita rekrut

adalah 3 pangkat 3 jumlah orang yang berada di bawah jaringan kerja kita yaitu sama dengan 39 orang. Karena perusahaan MLM pun tidak mungkin bisa memberikan bonus jutaan rupiah dari hasil cuma 3 orang dan 1 orang yaitu Anda untuk dapat memberikan bonus di mana penghasilan dari 4 orang termasuk Anda tidak sampai mencapai omzet jutaan rupiah, dari mana perusahaan dapatkan dana untuk dapat memberikan bonus jutaan rupiah kepada Anda. Tentu saja perusahaan akan mengalami kerugian besar ketika setiap orang berhasil merekrut 3 orang berada di bawah levelnya dengan gaji jutaan rupiah di mana omzet penjualan produk dan uang pendaftaran tidak sampai memenuhi omzet jutaan rupiah.

Memang, untuk orang pertama yang berhasil merekrut 3 peringkat perusahaan akan bisa memberikan gaji sesuai yang dijanjikan karena perusahaan masih memiliki omzet perusahaan yang besar sebagai modal awal. Akan tetapi untuk selanjutnya dari mana perusahaan mengambil dana untuk dapat membayarkan bonus jutaan rupiah yang perusahaan MLM janjikan. Tentu saja, hal tersebut akan sangat mustahil dengan omzet 4 orang yang tidak mencapai jutaan rupiah mampu membayar gaji yang jutaan rupiah. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki dua cara, yaitu (1) meninggikan harga produk perusahaan, dan (2) menambah jumlah orang yang berada di bawah level bawah 1 setiap member awal yaitu dengan perkalian pangkat 3. jadi, sebanyak 39 orang member yang harus direkrut oleh setiap member awal (*upline*) untuk berada di bawah jaringan kerjanya.

Untuk memudahkan memahami gambaran di atas dapat diilustrasikan melalui skema berikut ini.

Skema Perekrutan Anggota Dengan Perkalian 3 Pangkat 3



Dari skema di atas dapat dipahami bahwa setiap keharusan setiap orang untuk mendapatkan pangkat 3 agar mendapatkan bonus perusahaan adalah sebanyak 39 orang dalam keseluruhan jaringan kerjanya. Ketika tidak mencapai target tersebut maka bonus yang didapatkan sangat kecil, bahkan ada perusahaan yang tidak memberikan bonus sama sekali terhadap anggotanya yang gagal membentuk jaringan kerja sebanyak 39 orang tersebut. Hal yang tidak mudah dilakukan oleh seseorang. Di sini terlihat jelas tidak ada kejelasan tentang pembagian keuntungan antara perusahaan dengan distributor serta pembagian keuntungan yang tidak seimbang antara pihak perusahaan dengan para distributornya. Padahal Islam tidak membenarkan sistem seperti ini sesuai dengan

Sabda Rasulullah SAW. “Dari Abdillah Ibn Dinar bahwasanya dia mendengar dari Ibn Umar, berkata: seorang laki-laki telah menceritakan

kepada Rasulullah SAW. sesungguhnya ia telah tertipu dalam berjual beli, maka bersabda Rasulullah SAW: barangsiapa diantara kamu berjual beli, maka katakanlah agar tidak ada tipuan.” (H.R. Muslim)

Syarih rahimahullah berkata: Perkataan “tidak ada tipuan” itu, ulama berkata: Kata-kata itu dianjurkan oleh Rasulullah SAW agar diucapkan di waktu berjual beli supaya diketahui bahwa pemiliknya adalah orang yang tidak mengerti keadaan barang serta ukuran hartanya, dan hal itu dapat diketahui dari apa yang terlihat pada keadaan dirinya, sedang yang dimaksud ialah, bahwa apabila nampak ada penipuan maka harganya harus dikembalikan dan barangnya diminta kembali. Ulama masih berbeda pendapat tentang syarat seperti itu, yaitu apakah itu khusus bagi laki-laki itu saja atau berlaku untuk semua orang yang membuat syarat itu. Menurut Imam Ahmad dan satu riwayat dari Imam Malik, Al-Mansur Billah dan Imam Yahya, bahwa hak mengembalikan (barang) ini tetap ada bagi setiap orang yang mensyaratkan dengan syarat ini; sedang ulama-ulama tersebut menetapkan hak menarik kembali dengan adanya tipuan bagi orang yang tidak mengetahui harga barang yang sebenarnya, dan sebagian ulama membatasi dengan adanya tipuan yang berat, yaitu (kira-kira) seperti juga dari harga yang sebenarnya. Mereka berkata: yaitu dengan jalan mengkompromikan dengan dasar tipuan yang menjadikan sebab ditetapkannya oleh Nabi SAW terhadap laki-laki tersebut sehingga mendapatkan hak khiyar. Ini dijawab: bahwa Nabi SAW menetapkan hak khiyar bagi laki-laki itu adalah karena adanya faktor kelemahan pada

akalnya, maka tidak dapat dipersamakan dengan dia, melainkan orang yang seperti itu dengan syarat mengucapkan kata-kata tersebut; Oleh karena itu ada satu riwayat, bahwa apabila dia tertipu yang disaksikan oleh seseorang Sahabat bahwa Nabi SAW menjadikan syarat khiyar selama tiga hari, maka ia boleh menarik kembali dalam waktu tiga hari itu. Dengan demikian maka jelaslah, bahwa menjadikan cerita laki-laki ini sebagai dalil adanya hak khiyar bagi setiap orang yang tertipu meskipun ia sehat akalnya, atau lemah akalnya tapi tanpa mengucapkan kata-kata tersebut, adalah tidak benar. Begitulah pendapat Jumah dan itulah yang benar.²³

Jadi, Islam tidak memperkenankan umatnya untuk melakukan kerja sama jual beli yang mengandung unsur *gharar* serta penipuan dan melebih-lebihkan produk perusahaan dalam segi pemasaran produk perusahaan. Karena terkadang setiap member untuk mendapatkan bonus perusahaan dan untuk dapat menarik simpati masyarakat dalam praktiknya terkesan melebih-lebihkan kualitas produk dengan berlebih-lebihan dari yang seharusnya.

Menurut fatwa-fatwa tentang sistem operasional *multi level marketing* Akhir-akhir ini di tengah-tengah masyarakat Indonesia muncul sistem perdagangan baru yang dikenal dengan istilah Multi Level Marketing yang disingkat MLM. Sistem perdagangan ini dipraktekkan oleh berbagai perusahaan, baik yang berskala lokal, nasional, regional maupun internasional. Di antaranya adalah Amway, Uni Beauty Shop

International (UBSI) dan DXN Indonesia. Sistem perdagangan semacam ini sangat menggairkan sebagian anggota masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat.

Sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan *member* dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Secara rinci, sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
- b Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (*member*) dari perusahaan.
- c Sesudah menjadi member, maka tugas berikutnya adalah mencari calon member-member baru dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- d Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti di atas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- e Jika member mampu menjaring member-member baru yang

banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang akan didapatkan, karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.

- f Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama (member awal/ pelopor), kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya member-member baru yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.

Di antara perusahaan MLM, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar hampir 100 % dalam setiap bulannya. Akan tetapi dalam prakteknya, tidak semua perusahaan mampu memberikan keuntungan seperti yang dijanjikan, bahkan terkadang berusaha menggelapkan dana nasabah yang menjadi member perusahaan. Berkenaan dengan hal ini, Komisi Fatwa MUI DKI Jakarta memfatwakan:

1. Bahwa sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) diperbolehkan oleh syariat Islam dengan syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Transaksi (akad) antara pihak penjual (*al-ba'i*) dan pembeli (*al-musyteri*) dilakukan atas dasar suka sama suka (*an taradhin*), dan tidak ada paksaan;
- b. Barang yang diperjualbelikan (*al-mabi'*) suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*);
- c. Barang-barang tersebut diperjualbelikan dengan harga yang wajar.

Jika sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) dilakukan dengan cara pemaksaan; atau barang yang diperjualbelikan tidak jelas karena dalam bentuk paket yang terbungkus dan sebelum transaksi tidak dapat dilihat oleh pembeli, maka hukumnya haram karena mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*).

2. Jika harga barang-barang yang diperjualbelikan dalam sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) jauh lebih tinggi dari harga yang wajar, maka hukumnya haram karena secara tidak langsung pihak perusahaan telah menambahkan harga barang yang dibebankan kepada pihak pembeli sebagai *sharing* modal dalam akad syirkah mengingat pihak pembeli sekaligus akan menjadi member perusahaan, yang apabila ia ikut memasarkan akan mendapatkan keuntungan secara estafet. Dengan demikian, praktek perdagangan Multi Level Marketing (MLM) tersebut mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*) karena terjadi keaburan antara akad jual beli (*al-bai'*), syirkah, sekaligus *mudlarabah*

karena pihak pembeli sesudah menjadi member juga berfungsi sebagai

„*amil* (pelaksana/petugas) yang akan memasarkan produk perusahaan kepada calon pembeli (member) baru.

3. Jika perusahaan Multi Level Marketing (MLM) melakukan kegiatan

menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan tertentu dalam setiap bulannya, maka kegiatan tersebut adalah haram karena melakukan praktik riba yang jelas-jelas diharamkan oleh Allah SWT. Apalagi dalam kenyataannya tidak semua perusahaan mampu memberikan keuntungan seperti yang dijanjikan, bahkan terkadang menggelapkan dana nasabah yang menjadi member perusahaan.

Ada dua kaedah yang sangat penting untuk bisa memahami hampir seluruh permasalahan yang berhubungan dengan hukum Islam, sebagaimana dikatakan Ibnul Qayyim Rahimahullah. Pada dasarnya semua ibadah hukumnya haram kecuali kalau ada dalil yang memerintahkannya, sedangkan asal dari hukum transaksi dan muamalah adalah halal kecuali kalau ada dalil yang melarangnya.

Adapun hal-hal yang bisa membuat sebuah transaksi bisnis menjadi haram adalah :

1. Riba

2. *Gharar*

(Adanya spekulasi yang tinggi) dan *jahalah* (adanya sesuatu yang tidak

jelas).

3. Penipuan
4. Perjudian atau adu nasib
5. Kezaliman
6. Yang dijual adalah barang haram

Banyak pertanyaan seputar bisnis yang banyak diminati oleh khalayak ramai. Yang secara umum gambarannya adalah mengikuti program piramida dalam sistem pemasaran, dengan setiap anggota harus mencari anggota-anggota baru dan demikian terus selanjutnya. Setiap anggota membayar uang pada perusahaan dengan jumlah tertentu dengan iming-iming dapat bonus, semakin banyak anggota dan semakin banyak memasarkan produknya maka akan semakin banyak bonus yang dijanjikan.

Sebenarnya kebanyakan anggota Multi Level Marketing (MLM) ikut bergabung dengan perusahaan tersebut adalah karena adanya iming-iming bonus tersebut dengan harapan agar cepat kaya dengan waktu yang sesingkat mungkin dan bukan karena dia membutuhkan produknya. Bisnis model ini adalah perjudian murni, karena beberapa sebab berikut ini, yaitu :

1. Sebenarnya anggota Multi Level Marketing (MLM) ini tidak menginginkan produknya, akan tetapi tujuan utama mereka adalah

penghasilan dan kekayaan yang banyak lagi cepat yang akan diperoleh setiap anggota hanya dengan membayar sedikit uang.

2. Harga produk yang dibeli sebenarnya tidak sampai 30% dari uang yang dibayarkan pada perusahaan Multi Level Marketing (MLM).
3. Bahwa produk ini biasa dipindahkan oleh semua orang dengan biaya yang sangat ringan, dengan cara mengakses dari situs perusahaan Multi Level Marketing (MLM) ini di jaringan internet.
4. Bahwa perusahaan meminta para anggotanya untuk memperbaharui keanggotaannya setiap tahun dengan diiming-imingi berbagai program baru yang akan diberikan kepada mereka.
5. Tujuan perusahaan adalah membangun jaringan personil secara estafet dan berkesinambungan. Yang mana ini akan menguntungkan anggota yang berada pada level atas (*Upline*) sedangkan level bawah (*Downline*) selalu memberikan nilai poin pada yang berada di level atas mereka.

Berdasarkan ini semua, maka sistem bisnis semacam ini tidak diragukan lagi keharamannya, karena beberapa sebab yaitu :

- a. Ini adalah penipuan dan manipulasi terhadap anggota
- b. Produk Multi Level Marketing (MLM) ini bukanlah tujuan yang sebenarnya. Produk itu hanya bertujuan untuk mendapatkan izin dalam undang-undang dan hukum syar'i.
- c. Banyak dari kalangan pakar ekonomi dunia sampai pun orang-orang non muslim meyakini bahwa jaringan piramida ini adalah

sebuah permainan dan penipuan, oleh karena itu mereka melarangnya karena bisa membahayakan perekonomian nasional baik bagi kalangan individu maupun bagi masyarakat umum.

Berdasarkan ini semua, tatkala kita mengetahui bahwa hukum syar'î didasarkan pada maksud dan hakikatnya serta bukan sekedar polesan lainnya. Maka perubahan nama sesuatu yang haram akan semakin menambah bahayanya karena hal ini berarti terjadi penipuan pada Allah dan Rasul-Nya, oleh karena itu sistem bisnis semacam ini adalah haram dalam pandangan syar'î.

Tatkala bahaya dari khamr dan perjudian itu lebih banyak daripada manfaatnya, maka keduanya dengan sangat tegas diharamkan.

Kesimpulannya : Bisnis Multi Level Marketing (MLM) ini adalah alat untuk memancing orang-orang yang sedang mimpi di siang bolong menjadi jutawan. Bisnis ini adalah memakan harta manusia dengan cara yang bathil, juga merupakan bentuk spekulasi. Dan spekulasi adalah bentuk perjudian.(Diterjemahkan dari situs www.alhelaly.com)

Pandangan penulis dari berbagai pandangan Al-Qur'an, Al-Hadits dan pandangan para ulama yang dituangkan dalam fatwa-fatwa, maka kesimpulan hukum perusahaan yang menggunakan sistem multi level marketing adalah haram. Karena sudah sangat jelas bahwa dalam sistem kerja yang dilakukan oleh perusahaan MLM lebih banyak memberikan dampak negatif ketimbang positif.

Di dalam bisnis MLM jelas sekali azas manfaat hanya dapat

dirasakan oleh pihak perusahaan selaku pemegang modal dan *upline* selaku orang yang berada pada jajaran teratas dari kalangan distributor yang diangkat oleh perusahaan dan yang paling dihargai oleh perusahaan daripada *downline*. Kemudian lagi harus mengandung azas maslahat, ibadah, keadilan dan azas kemanusiaan tanpa melupakan prinsip muamalah yaitu saling tolong menolong (*ta'awwun*) dan suka sama suka (*antaradhin*) atau unsur kerelaan antara perusahaan dengan distributor (baik *upline* maupun *downline*) serta konsumen sebagai pengguna daripada produk perusahaan.

Sementara haram yang dimaksudkan penulis di sini adalah kepada pihak perusahaan yang menggunakan sistem Multi Level Marketing dan para distributornya yang ikut menjalankan sistem tersebut. Sedangkan kepada pihak konsumen murni adalah boleh saja membeli barang/produk dari pihak perusahaan atau dari distributor perusahaan tersebut dengan catatan barang yang diperjualbelikan adalah halal dan tidak mengandung unsur *gharar*. Ketika barang/produk dari perusahaan MLM tersebut adalah haram, maka konsumen yang membeli dan mengkonsumsinya adalah tidak boleh.

**C. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pelaksanaan
Multi Level Marketing Asuransi Syariah di Perusahaan
Asuransi**

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang dalam bentuk aset dan/tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariat. Untuk mengembangkan bisnis asuransi syariah diperlukan adanya tenaga kerja agen sebagai pihak kedua untuk memasarkan dan mengenalkan tentang asuransi syariah kepada masyarakat dengan imbalan komisi kepada agen asuransi.

Pada Perusahaan Asuransi sistem pemberian komisi agen dibuat untuk memberikan motivasi dan daya saing yang tinggi para agen agar meningkatkan kualitas penjualan produk-produk asuransi syariah. Selain komisi yang diberikan, perusahaan asuransi juga memberikan fasilitas jenjang karir dimana agen dituntut untuk meningkatkan karir kerja agen. Seorang agen untuk mendapatkan komisi yang tinggi maka agen mencari peserta sebanyak-banyaknya dan mampu menjual produk asuransi.

Sistem pemberian upah komisi pada Perusahaan Asuransi yang diberikan kepada agen masih terdapat kesamaran dan ketidakjelasan, karena tidak adanya perjanjian upah komisi yang telah disepakati antara peserta dan agen. Dengan demikian pemberian komisi yang diberikan agen tidak adanya perjanjian yang disepakati, sehingga terdapat unsur *gharar* (penipuan) dalam perjanjian tersebut.

Pemberian upah komisi dalam Islam dilakukan ketika terjadi kesepakatan di awal saat melakukan transaksi, agar tidak ada kecurangan dalam kedua belah pihak. Pada prinsipnya syariat Islam menjelaskan bahwa pemberian upah harus terdapat adanya dua pihak yang melakukan transaksi, sighthat dan barang yang dijadikan objek akad. Dua pihak disini adalah agen dan peserta asuransi yang dimana agen menawarkan produk-produk asuransi kepada peserta untuk dijual dengan premi minimal yang diberikan oleh peserta, dengan imbalan komisi yang diberikan kepada agen karena berhasil menjualkan produknya.

Pada pemberian komisi juga harus ada kejelasan objek karena jika objek yang tidak jelas, otomatis akadnya akan batal dengan sendirinya, selain objek yang diperlukan dalam sahnya suatu kesepakatan juga diperlukan adanya sighthat yaitu kesepakatan awal kedua belah pihak. Namun pemberian komisi dalam ranah rukun akad tidak terpenuhi, yakni dalam syarat keabsahan, karena pada pemberian komisi agen tidak ada kesepakatan awal saat menjualkan produknya, sehingga peserta saat setuju untuk mengikuti asuransi tidak mengetahui adanya pemotongan premi untuk dibayarkan kepada agen asuransi.

Perihal pemberian komisi Jumhur ulama fikih menjelaskan sama halnya dengan pemberian upah, yakni menjual manfaatnya dan boleh disewakan adalah manfaatnya bukan bendanya. Oleh karena itu, mereka melarang menyewakan pohon untuk diambil buahnya, domba untuk diambil susunya, sumur untuk diambil airnya. Sebab semua itu bukan

manfaatnya tetapi bendanya. Sama halnya dengan komisi, agen memberikan jasa pelayanan dalam produk asuransi dengan agen mendapatkan komisi yang diambil dari premi peserta.

Dilihat kontraknya pemotongan uang premi yang dilakukan di awal tahun pertama hingga tahun kelima tidak diketahui secara jelas hasilnya. Premi yang disetor tiap bulan oleh peserta pada tahun pertama dan tahun kelima terpotong oleh komisi agen, sehingga nominal jumlah premi masih sangat kecil. Kondisi ini kebanyakan tidak diketahui oleh para peserta asuransi dan perjanjian mengenai pembayaran komisi tersebut belum bersifat transparan saat memasarkan produk-produk asuransi, sehingga peserta mengalami kerugian saat pengajuan klaim. Peserta mengira total premi asuransi selama lima tahun sekian akan tetapi jumlahnya tidak sesuai dengan kesepakatan di awal. Itu dikarenakan adanya pemotongan premi yang digunakan untuk membayar komisi agen tanpa diketahui dari pihak peserta.

Pada dasarnya agen asuransi Perusahaan Asuransi membantu peserta waktu pembayaran asuransi, memperlancar proses apabila peserta ada yang mengklaim. Wajar apabila agen memperoleh komisi asuransi, akan tetapi pemberian komisi ini tidak sesuai akad awal. Jadi pemberian komisi agen di Perusahaan Asuransi ini menjadi persoalan yang mendalam tentang kejelasan hukumnya, sehingga perjanjian yang terjadi terindikasi adanya unsur *gharar* (penipuan).

Prinsip asuransi syariah berbeda dengan prinsip asuransi konvensional. Prinsip-prinsip dalam asuransi syariah harus berlandaskan pada ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Islam. Tiga prinsip utama asuransi syariah yang dikemukakan oleh para pakar ekonomi Islam yaitu: Prinsip saling bertanggung jawab, Saling bekerja sama atau saling membantu, dan Saling melindungi penderitaan satu sama lainnya. Selain itu, Gemala Dewi menambahkan bahwa ketentuan-ketentuan dalam Islam yang berkaitan dengan asuransi adalah tidak boleh mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), dan *riba*.

Permasalahan yang terjadi di Perusahaan Asuransi tentunya tidak sesuai dengan prinsip-prinsip asuransi syariah yaitu saling bertanggung jawab, saling bekerja sama atau saling membantu, dan saling melindungi penderitaan satu sama lainnya. Meskipun prinsip saling bertanggung jawab telah terpenuhi karena peserta asuransi bertanggung jawab untuk menolong peserta lainnya, namun karena tujuan asuransi ini terfokus pada mencari keuntungan sendiri, maka hal tersebut melanggar prinsip lainnya.

Jenis-jenis asuransi syariah dibagi menjadi dua, yaitu takaful jiwa dan takaful kerugian. Takaful jiwa (*life insurance*) meliputi beberapa jenis yaitu: takaful dana siswa, takaful dana investasi, takaful dana haji, dan takaful Khairat. Sedangkan takaful Kerugian (*general insurance*) juga meliputi beberapa jenis yaitu takaful kebakaran, takaful kendaraan, dan takaful kecelakaan. Berdasarkan hal tersebut, maka asuransi termasuk takaful kerugian.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa pelaksanaan *multi level marketing* asuransi syariah di Perusahaan Asuransi tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah karena bertentangan dengan syara' yaitu objek yang tidak jelas dan tidak ada kesepakatan awal saat agen memasarkan produk-produknya. Serta pemotongan premi oleh agen tidak diketahui oleh pihak peserta asuransi, sehingga melanggar prinsip kerelaan dan keadilan bagi peserta asuransi dan mengindikasikan adanya unsur *gharar* (penipuan) sehingga hal tersebut melanggar prinsip-prinsip asuransi syariah.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *multi level marketing* asuransi syariah di Perusahaan Asuransi tidak sesuai dengan prinsip-prinsip asuransi syariah di antaranya yaitu prinsip saling bertanggung jawab, saling bekerja sama atau saling membantu, dan saling melindungi penderitaan satu sama lainnya. Meskipun prinsip saling bertanggung jawab telah terpenuhi karena peserta asuransi bertanggung jawab untuk menolong peserta lainnya, namun karena tujuan asuransi ini terfokus pada mencari keuntungan sendiri, maka hal tersebut melanggar prinsip lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi agen asuransi, tugas agen seharusnya wajib membantu orang yang membutuhkan dengan menjelaskan segala sesuatunya secara transparan sehingga peserta asuransi mengerti dan tidak merasa dirugikan
2. Bagi pihak asuransi di Perusahaan Asuransi supaya memberikan komisi yang adil dan meningkatkan sosialisasi terhadap produk-produk asuransi syariah dan melakukan kesepakatan awal yang bersifat transparan. Agar masyarakat mengetahui tentang produk-produk asuransi syariah. Dalam hal ini disarankan agar si agen mengambil gaji dan bagi untung dalam sebuah

usaha yang dikelola perusahaan, si agen seharusnya tidak dibayarkan dari kontribusi premi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Marimin, dkk, “Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dalam Pandangan Islam”, dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (Surakarta: STIE AS-Surakarta), Vol. 02, No. 02, Juli 2016, 109
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2017)
- Andreas Harefa, *Multi Level Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1999)
- Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 168
- Ishaq. 2017. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta
- Mardani, *Hukum Perikatan di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013)
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syari'ah, Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004)
- Network Bisnis Asuransi Jiwa Dengan Sistem MLM murni, dalam <https://howmoney indonesia.com>
- Nuruni Ika, “Pengaruh Kepuasan Terhadap Kesetiaan Dan Business Builders Wiraniaga Multilevel Marketing Oriflame Surabaya”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8 No. 2 September 2008
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 11/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran agen Atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 23 /POJK.05/2015 Tentang Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi Pasal 48
- Sumiyati, “Praktik Asuransi dengan Sistem *Multi Level Marketing* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian”, dalam *Jurnal Bina Mulia Hukum*, (Bandung: Fak. Hukum Universitas Padjajaran), Vol. 1, No. 2, 2017, 207-208
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 2014 tentang Perasuransian, Pasal 1 Angka 28
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 2014 tentang Perasuransian, Pasal 1 Angka 28

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang
Perasuransian, Pasal 1 Angka 2