

MULTI LEVEL MARKETING DALAM ISLAM

Nanang Abdillah
nanangabdillah@gmail.com
STAI AL-Azhar Menganti Gresik

Abstrak

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 DNX Indonesia. Sistem perdagangan semacam ini sangat menggiurkan sebagian anggota masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat. MLM adalah suatu inovasi marketing yang sangat pesat perkembangannya. Untuk mudahnya kita batasi pembahasan pada dua jenis komoditas MLM, (1) bidang keuangan dan (2) bidang consumer goods (sejenis obat-obatan, kosmetik dan kebutuhan sehari-hari). Pada beberapa tingkat, setiap orang yang berpartisipasi dalam MLM dimana sedikit penjualan terjadi secara tidak sadar menipu dirinya sendiri. Banyak yang duduk dipuncak organisasi ini berbohong kepada semua orang. Penipuan terselubung ada dalam sistem meresapi pemasarannya.

Kata Kunci: MLM, Hukum Islam

PENDAHULUAN

Trik licik yang dilakukan oleh pelaku multilevel marketing (MLM) adalah haram. Para perusahaan MLM biasanya menawarkan keuntungan besar untuk memikat nasabah. MLM menggunakan trik yang dikembangkan oleh orang Italia yang bernama Charkez Ponzi. Pada tahun 1920 di berhasil menipu ribuan orang di Inggris dengan menjanjikan keuntungan 40 persen dalam 90 hari.

Usaha ini dipandang mengandung unsur riba dan penipuan. Produk yang dipasarkan oleh perusahaan ini digunakan sebagai kedok untuk mendapatkan komisi dan keuntungan besar. Dalam MLM terjadi unsur eksploitasi orang lain. Haram memakan uang dari hasil eksploitasi orang lain.

MLM akan berakhir dengan kegagalan. Permintaan dan penawaran adalah prinsip utama dalam bisnis. Tetapi, itu diabaikan oleh MLM. Contoh, bila ada perusahaan fast food membuka ribuan gerai di Indonesia, maka dalam waktu singkat akan bangkrut. Kejenuhan pasar adalah masalah lain. Tidak semua orang akan membeli sebaik apapun produk itu. Konsumen punya pilihan sendiri ketika akan membeli berdasarkan harga dan kualitas. Orang-orang masuk MLM untuk mendapatkan insentif dari orang yang direkrutnya.

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 DNX Indonesia. Sistem perdagangan semacam ini sangat menggiurkan

sebagian anggota masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat.

PEMBAHASAN

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) dilaku dengan cara sebagai berikut:

- a. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi *member* dengan 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* 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 perusahaan. Semakin banyak *member* yang yang 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:

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-musyitari*) 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.

Hal ini didasarkan pada firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 275 yang artinya “*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*”.

Demikian juga firman-Nya dalam surat an-Nisa 29 yang artinya “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”.

Jika sistem perdagangan *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan dengan cara pemaksaan; atau barang y i i diperjualbelikan tidak jelas karena dalam bentuk paket yang terbungkus dan sebelum transaksi tidak dpat dilihat oleh pembeli, maka hukumnya haram karena mengandung unsur kesamaran atau penipuan (*gharar*). Hal ini didasarkan pada sabda Rasulullah SAW dalam hadits shahih yang diriwayatkan Imam Muslim, *Artinya: Rasulullah SAW melarang terjadinya transaksi jual beli yang mengandung gharar* (Abi Husain Muslim bin Hajjaj al-Qusyairi, *Al-Jami' as-Shahih*)

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 kekaburan 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 praktek 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. Berhubung di antara sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) ada yang diharamkan oleh syari'at Islam, maka hendaklah Umat Islam agar berhati-hati dalam melakukan kegiatan perdagangan dengan sistem Multi Level Marketing (MLM). Pilihlah sistem perdagangan Multi Level Marketing (MLM) yang benar-benar diperbolehkan oleh syari'at Islam karena memenuhi syarat-syarat yang telah disebutkan di atas.

MLM HALAL ATAU HARAM?

MLM adalah suatu inovasi marketing yang sangat pesat perkembangannya. Untuk mudahnya kita batasi pembahasan pada dua

jenis komoditas MLM, (1) bidang keuangan dan (2) bidang consumer goods (sejenis obat-obatan, kosmetik dan kebutuhan sehari-hari).

Dalam bidang keuangan, pernah ada apa yang disebut “Arisan Uang Berantai”. Untuk MLM sejenis ini banyak sekali yang harus diperjelas secara syariah, pertama apa usaha yang dijalankan oleh si pengelola MLM, kedua bagaimana akad yang terjadi antara pengelola MLM dan penanam dana, bagaimana transparansi keuntungan dan bagaimana juga pembagiannya. Bila faktor-faktor itu tidak jelas maka hampir bisa dipastikan MLM jenis ini termasuk kategori yang mempraktikkan riba sehingga haram hukumnya. Tidak jarang di dalamnya juga terdapat modus penipuan. Model penjualan langsung yang legal secara hukum di Indonesia --tidak bermodus penipuan -- dapat dicek pada Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).

Dalam bidang consumer goods, keuntungan yang didapatkan pengelola MLM dan anggota networknya adalah selisih antara harga beli (atau harga produksi) pengelola MLM dengan harga Jual untuk masing-masing tingkat downline.

Pada model ini, agar tidak menyalahi syariah, MLM harus memenuhi beberapa syarat di antaranya:

1. Adanya transaksi riil atas barang yang diperjualbelikan.
2. Tidak ada excessive mark-up harga barang, sehingga para anggota terzalimi dengan harga barang yang sangat tinggi, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
3. Harga barang diketahui dengan jelas ketika transaksi
4. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
5. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota, dengan yang akhir .

6. Pembagian bonus semestinya mencerminkan usaha masing-masing anggota .
7. Barang atau jasa yang diperdagangkan bukan barang yang haram.
Lebih dari itu kita harus memperhatikan:
 1. Sistem MLM ini tidak mendorong kepada pemborosan.
 2. Tidak menitikberatkan pada barang-barang yang tersier ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.

10 KEBOHONGAN MLM

Multi Level Marketing (MLM) bertumbuh dan perusahaan-perusahaan anggotanya berlipat-ganda. Permintaan untuk bergabung terjadi dimana-mana. Kesan yang ditimbulkan adalah bahwa ini adalah "gelombang masadepan", model bisnis yang tepat waktunya, bertumbuh dalam usaha yang sah yang diterima umum, dan diklaim bahwa bisnis ini akan menggantikan sebagian besar bentuk pemasaran dan penjualan. Banyak orang dituntun untuk percaya bahwa sukses dapat dicapai dengan mempercayai sistem ini dengan setia dan mengikuti cara-caranya dan sementara itu semua orang akan menjadi distributor.

Analisis konsultan bisnis menemukan bahwa bisnis MLM didasarkan pada 14 tahun pengalaman sebagai konsultan perusahaan khususnya dalam bidang distribusi dan lebih dari 10 tahun penelitian dan pengalaman menulis tentang model MLM. Ini termasuk ikut serta sebagai saksi ahli dalam pengadilan, korespondensi dengan lebih dari 1.500 orang, menulis buku, diwawancarai oleh radio, TV, surat kabar dan majalah, dan studi secara hati-hati terhadap berbagai praktek MLM.

Penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis MLM yang dipraktekkan banyak perusahaan, adalah tipu-daya pemasaran. Dalam

kasus-kasus itu, bisnis ini terutama berbentuk skema untuk secara terus-menerus memasukkan distributor dan sedikit sekali produk yang dijual kepada konsumen yang tidak menjadi distributor.

Secara umum, industri MLM mengklaim potensi penghasilan distributor yang menjanjikan, diskripsinya mengenai model bisnis 'jaringan' dan ramalannya mengenai tujuan untuk mengendalikan distribusi produk sama sahnya seperti keabsahan penampakan piring terbang (UFO) dalam dunia sains.

Secara finansial, kemungkinan seseorang memperoleh sukses keuangan dalam kondisi demikian tidak kalah dengan kemungkinan seseorang menang di meja judi Las Vegas. Legalitas sistem MLM dilandaskan pada keputusan tahun 1979 terhadap satu perusahaan MLM. Pengaturan legalitas yang diputuskan pun umumnya diabaikan dalam industri ini. Langkanya undang-undang atau pengaturan para pejabat negara yang berwenang juga memungkinkan industri ini berkembang terus dibalik hukuman yang dilakukan Penuntut Umum.

MLM tidak dirumuskan atau diatur seperti halnya waralaba (franchise). MLM dapat dibentuk tanpa persetujuan pemerintah. Tidak ada undang-undang yang berkaitan dengan skema piramid. Banyak keputusan anti-piramid dari negara-negara bagian kabur dan lemah. Peraturan pemerintah biasanya menuntut, terutama untuk membuktikan bahwa perusahaan itu berskema piramid. Proses demikian bisa memakan waktu bertahun-tahun, dan pada waktu itu, dampak haram yang dialami langganan sudah terjadi. Sebenarnya, sekalipun piramid MLM ditutup, para promotornya segera membentuk perusahaan baru dengan nama baru dan kembali mengecoh masyarakat.

Kartu skor ekonomi MLM' dicirikan dengan tingkat kegagalan yang masif dan kerugian finansial jutaan langganan. Struktur, dimana posisi dalam rantai penjualan yang tidak berujung secara matematis, tidak stabil dan system yang tidak membatasi jumlah distributor pada pasar secara jelas tidak stabil. Bisnis inti MLM - penjualan langsung secara pribadi - bertentangan dengan kecenderungan teknologi komunikasi, distribusi yang efektif dalam biaya, dan perilaku beli konsumen dalam memilih. Aktivitas penjualan eceran, dalam kenyataannya, hanya dalih bisnis inti menggait investor dalam organisasi piramid yang menjanjikan pertumbuhan penghasilan yang eksponensial.

Seperti dalam semua skema piramid, penghasilan distributor dilapisan atas dan keuntungan perusahaan datang dari pemasukan dari investor-investor baru di dasar yang terus menerus. Dipandang dari keuntungan perusahaan dan kemakmuran kelompok elit di puncak industri MLM, model ini dapat mengecoh mereka yang kurang mengerti, sama halnya dengan yang dilakukan oleh semua skema piramid sebelum mereka rontok atau dibuka kelemahannya oleh yang berwenang.

Pemasaran ini menipu karena memanipulasi kepercayaan umum, kebutuhan social dan pribadi, dan beberapa kecenderungan ekonomi yang terlihat dalam pertumbuhan MLM, daripada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pemasaran yang menipu ini tertolong oleh langkanya secara umum evaluasi profesional atau penyelidikan oleh media bisnis yang punya reputasi. Konsekwensinya, sebuah dilusi populer didukung kesan bahwa MLM adalah pilihan investasi bisnis dan karier yang hidup terus yang menjanjikan untuk setiap orang dengan kemungkinan sukses, dapat disamakan atau lebih baik dari perdagangan, profesi, lapangan kerja atau bisnis lainnya.

Mereka yang memilih MLM 'sebenarnya bukan masyarakat konsumen tetapi investor yang mengharapkan keuntungan. Pasar investor demikian bertumbuh pesat pada masa transisi ekonomi, globalisasi dan PHK. Janji-janji penghasilan yang cepat dan mudah dengan gambaran kemakmuran dan kebahagiaan tak terhingga juga memainkan peran besar dalam pemasaran demikian. Kepercayaan pemasaran MLM ditujukan kepada distributor yang prospektif daripada promosi produk kepada pembeli. Produk sesungguhnya bukanlah pelayanan tilpon jarak jauh, pil-pil vitamin, obat kesehatan atau pelumas kulit, tetapi gambaran yang dijanjikan dalam investasi menjadi distributor, yang secara menipu digambarkan dengan bayangan penghasilan tinggi, waktu yang diperlukan hanya sedikit, investasi modal kecil dan sukses dalam waktu dekat.

Kata Kebohongan (lie), memang memprovokasi dan digunakan disini untuk tujuan provokatip. Pada beberapa tingkat, setiap orang yang berpartisipasi dalam MLM dimana sedikit penjualan terjadi secara tidak sadar menipu dirinya sendiri. Banyak yang duduk dipuncak organisasi ini berbohong kepada semua orang. Penipuan terselubung ada dalam sistem meresapi pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- P3EI. 2008. *Ekonomi islam edisi pertama*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung. 2006. *Referensi Ekonomi Syariah (ayat-ayat Al-Quran yang berdimensi ekonomi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- MUI, *Fiqh Indonesia; Himpunan MUI DKI Jakarta*, Hlm.

Santoso, Benny, 2006, *All About MLM; Memahami Lebih jauh MLM dan Pernak Perniknya*, Jakarta, Andy Publisher

MUI, DSN, 2009, *Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*, Jakarta, MUI

Adiwarman A. karim. 2007. *Ekonomi Mikro Islam* edisi ketiga

M. Umer Chapra. 2000. *Islam dan Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani Press