

PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG KONVENSIONAL DAN SYARI'AH: ANTARA REGULASI, IMPLEMENTASI DAN EVALUASINYA DI INDONESIA

Ratnasari Fajariya Abidin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sri Wahyuni

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstrak

Penjualan langsung berjenjang (PLB) atau umumnya dikenal dengan multi level marketing (MLM) merupakan salah satu bentuk pemasaran perdagangan modern yang banyak dipraktikan di Indonesia. Maraknya kasus penipuan berbasis PLB/MLM kerap kali disebabkan oleh minimnya pemahaman masyarakat terhadap esensi PLB/MLM dan implementasinya yang legal di Indonesia. Dalam konteks Islam, melalui Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 PLB Syari'ah, legitimasi beberapa perusahaan berbasis PLB/MLM telah diberikan oleh DSN MUI melalui sertifikasi syariah dan implementasinya dievaluasi secara berkala. Realitas perkembangannya, keberadaan perusahaan berbasis PLB/MLM yang diperuntukan bagi perdagangan barang ini kini telah melebar hingga ke perdagangan jasa. Salah satu implikasinya, dikeluarkan Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang PLB Syari'ah Jasa Perjalanan Umrah sebagai salah satu indikator perusahaan jasa umrah berbasis PLB/MLM. Hanya saja, implementasi PLB/MLM jasa ini menjadi suatu problematika ketika regulasi negara hanya mengatur model pemasaran PLB/MLM bagi perdagangan barang, serta baik evaluasi dan pengawasan usaha berbasis PLB/MLM dilakukan oleh masing-masing otoritas negara yang berbeda.

Kata Kunci: PLB/MLM, Regulasi, Implementasi, Evaluasi

Abstract

Tiered direct selling (PLB) or commonly known as multi-level marketing (MLM) is a form of modern trade marketing that is widely practiced in Indonesia. The rise in PLB/MLM-based fraud cases is often caused by the public's lack of understanding of the essence of PLB/MLM and its legal implementation in Indonesia. In the Islamic context, through Fatwa no. 75/DSN-MUI/VII/2009 PLB Syari'ah, legitimacy for several PLB/MLM based companies has been granted by DSN MUI through sharia

certification and its implementation is evaluated periodically. The reality of development is that the existence of PLB/MLM-based companies intended for trading goods has now expanded to trading services. One of the implications, issued Fatwa no. 83/DSN-MUI/VI/2012 concerning PLB Syariah Umrah Travel Services as an indicator of PLB/MLM based Umrah service companies. However, the implementation of PLB/MLM services becomes problematic when state regulations only regulate the PLB/MLM marketing model for goods trade, and both evaluation and supervision of PLB/MLM-based businesses are carried out by different state authorities.

Keywords: *PLB/MLM, Regulation, Implementation, Evaluation.*

A. Pendahuluan

Menurut Perkembangan bisnis Penjualan Langsung Berjenjang (PLB) atau yang lebih umum dikenal Multi Level Marketing (MLM), telah menjadi salah satu bagian yang tidak terpisahkan dalam perkembangan bisnis di Indonesia. MLM merupakan bentuk pemasaran modern yang menggunakan sistem penjualan langsung dari produsen ke konsumen secara berjenjang.¹ Realitasnya, perusahaan MLM kerap dibayangi perusahaan fiktif berbentuk money game yang menggunakan kedok MLM. Banyaknya kasus penipuan inilah yang menjadi faktor utama adanya stigma negatif di sebagian kalangan masyarakat ketika perusahaan menyebutkan 'perusahaan MLM' secara langsung. Padahal setiap perusahaan berbasis MLM harus mempublikasikan dirinya sebagai perusahaan MLM kepada publik jika perusahaan tersebut telah mengantongi izin dari Negara.

Banyaknya perusahaan berbasis MLM di Indonesia tidak dapat dipungkiri berimplikasi pada kebingungan masyarakat muslim tentang hukum bentuk transaksi dan model sistem ini. Sehingga Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLB syariah) sebagai tolak ukur MLM yang dibolehkan dalam Islam. Perkembangan bisnis ini merembak hingga ke bisnis haji dan umrah di tahun 2011-2012. Maraknya kasus penipuan berkedok MLM haji kala

¹ A Muzakki, "Studi Terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)," *Asy-Syariah: Jurnal Hukum Islam* 6, no. 2 (2020): 111-121, <https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/assyariah/article/download/350/332>.

itu menyebabkan Dirjen Haji Kemenag mengeluarkan Surat Edaran No. DJ. VII/HJ.09/10839/2012 tertanggal 26 Desember 2012 tentang Larangan Pemasaran Penyelenggaraan Haji dan Umrah Menggunakan Sistem MLM. Di tahun yang sama DSN MUI mengeluarkan Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah Jasa Perjalanan Umrah.

Secara general, minimnya pemahaman masyarakat atas perusahaan MLM legal dan PLB syariah dapat dianggap sebagai salah satu faktor utama masyarakat tertipu perusahaan fiktif berkedok MLM, sehingga stigma negatif MLM legal pun tidak dapat terhindari. Hal ini juga diperparah dengan tidak diaturnya pengawasan perusahaan berbasis MLM/PLB pada satu otoritas Negara, melainkan terpisah berdasarkan kewenangan masing-masing otoritas negara. Berdasarkan latar belakang tersebut,

Penelitian terkait itu sudah banyak dilakukan, diantara tulisan tersebut, tulisan ini akan menjabarkan lebih lanjut mengenai regulasi usaha berbasis PLB/MLM, baik konvensional dan syari'ah; implementasi usaha PLB/MLM konvensional dan syariah dengan melihat praktek pada Citra Nusa Insan Cemerlang, Tiens Indonesia, dan Arminareka Perdana; serta pengawasan dan evaluasi terhadap usaha PLB di Indonesia.

B. Penjualan Langsung Berjenjang Konvensional dan Syariah dalam Terminologi Hukum Indonesia dan Hukum Islam

Secara sederhana, MLM/PLB merupakan salah satu model pemasaran barang dalam perdagangan modern. Dalam terminologi hukum Indonesia, Pasal 7 UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengenal 2 model distribusi barang, yaitu: Pertama, distribusi secara tidak langsung melalui distributor dan jaringannya; agen dan jaringannya; atau waralaba. Kedua, distribusi tidak langsung dilakukan dengan menggunakan pendistribusian khusus melalui sistem penjualan langsung (direct selling) secara single level; dan multi level.

Penjelasan Pasal 7 Ayat (1) UU No. 7 Tahun 2014 menyebutkan: "Yang dimaksud dengan "Distribusi tidak langsung" adalah kegiatan pendistribusian

Barang yang dilakukan oleh Pelaku Usaha Distribusi kepada konsumen melalui rantai Distribusi yang bersifat umum sehingga setiap Pelaku Usaha Distribusi dapat memperoleh: a. Margin (distributor, subdistributor, produsen pemasok, pengecer, dan pedagang keliling); dan/atau b. Komisi (Agen, sub-agen, dan pedagang keliling). Yang dimaksudkan dengan “Distribusi langsung adalah kegiatan pendistribusian Barang dengan sistem penjualan langsung atau menggunakan sistem pendistribusian secara khusus. Yang dimaksud dengan “Pelaku Usaha Distributor” adalah pelaku usaha yang menjalankan kegiatan Distribusi Barang di dalam negeri dan ke luar negeri, antara lain distributor, agen, eksportir, improtir, produsen pemasok, subdistributor, sub-agen, dan pengecer”. Penjelasan Pasal 7 ayat (3) menyebutkan bahwa: “Yang dimaksud dengan “penjualan langsung” adalah sistem penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran. Yang dimaksud dengan “penjualan langsung secara single level” adalah penjualan barang tertentu yang tidak melalui jaringan pemasaran berjenjang. Yang dimaksud dengan “penjualan secara multi level adalah penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) sebagai wadah resmi organisasi direct selling di Indonesia mengemukakan definisi MLM adalah: MLM atau pemasaran berjenjang disebut sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung, di mana harga barang yang ditawarkan di tingkat konsumen adalah harga produk ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi. Promotor (upline) biasanya adalah anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan bawahan (downline) adalah anggota baru yang direkrut upline.²

² Rindyah Hanafi and Ayu Anggraini Adie Pranata, “Peranan Harga Dan Produk Dalam Keputusan Menjadi Anggota Multi Level Marketing Sophie Paris Indonesia,” *Ekomaks* 3, no. 1 (2014): 49–58.

Dalam terminologi Islam, PLB/MLM tidak ditemukan secara langsung karena merupakan praktik bisnis di zaman modern. Hanya saja, secara prinsip MLM dalam literatur fiqh muamalat masuk dalam bahasan bab al-buyu' (jual-beli). Dalam konteks DSN MUI, istilah PLB syariah lebih digunakan sebagai istilah aplikatif model pemasaran ini. Pilihan istilah PLB syariah digunakan agar lebih membedakan model pemasaran ini dengan MLM konvensional. Definisi PLB syariah dijabarkan dalam Ketentuan Umum Angka 1 Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang PLB Syari'ah Jasa Perjalanan Umrah, yakni:

Penjualan langsung berjenjang syariah (syariah direct selling, al-taswiq, al-syabaki, al-taswiq al-harami, al-taswiq al-thabaqi, atau al-taswiq al-tijari) –selanjutnya disingkat PLBS—adalah network marketing; yaitu metode penjualan jasa tertentu – dalam hal ini jasa perjalanan umrah—melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh anggota (mitra usaha) yang bekerja atas dasar imbalan (komisi dan/atau bonus) berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap; metode penjualan jasa tersebut dijalankan berdasarkan akad dan prinsip syariah;

Maka dalam nomenklatur model perdagangan Indonesia, PLB/MLM merupakan bagian dari pemasaran langsung (direct selling). Model pemasaran ini adalah suatu strategi pemasaran, dilakukan dengan membentuk jaringan (network marketing), di mana penjual (sales/upline) tidak hanya mendapatkan komisi dan/atau bonus atas penjualan, tetapi juga memperoleh hasil dari penjualan lain yang mereka rekrut (downline). Pasal 1 Angka 8 Permendag No. 13/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung menyebutkan Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha yang besarnya dihitung berdasarkan hasil kerja nyata sesuai hasil penjualan barang dan/atau jasa baik secara pribadi maupun jaringannya. Bonus dalam Pasal 1 Angka 9 adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha karena berhasil melebihi target penjualan barang

dan/atau jasa yang ditetapkan. Oleh karena itulah MLM/PLB ini dikenal juga dengan istilah direct selling dan network marketing.³

Kesalahan mendasar masyarakat Indonesia pada umumnya adalah tidak dipahaminya konsep PLB/MLM sebagai bagian dari model pemasaran modern dari suatu perusahaan tertentu. Artinya, perusahaan tersebut harus memiliki produk yang dijual, sedangkan model pemasarannya dilakukan dengan model pemasaran multi level. Maka secara prinsip, perusahaan MLM bukan perusahaan yang memperoleh keuntungan dari merekrut member, tetapi diperoleh dari hasil penjualan produk dengan skala tertentu. Kesalahan pemahaman inilah yang berimplikasi pada mudahnya masyarakat tertipu dengan banyak jenis usaha fiktif berkedok MLM.

C. Sejarah Kemunculan Penjualan Langsung Berjenjang

Banyak catatan sejarah kemunculan usaha berbasis PLB/MLM umumnya akan menyebutkan The California Perfume Company yang didirikan oleh Dave McConnel pada tahun 1886. Dave McConnel mengeluarkan ide untuk memperkerjakan Albee sebagai the first calidornia perfume lady dengan cara menjual langsung ke konsumen dari rumah ke rumah. Model Albee inilah yang dianggap sebagai pionir metode penjualan direct selling yang dilakukan secara konsisten. Pada awal perkembangannya, perusahaan ini akan mengirim tenaga penjual ke kota-kota untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah (knock on doors to market and sell products) dikarenakan belum tersedianya sarana seperti televisi dan radio. Model inilah yang menjadi awal pemahaman direct selling.⁴ Perkembangan berikutnya muncul beberapa perusahaan berbasis MLM/PLB seperti Nutrilite Products Company, Shaklee Corporation, dan Amyway Corporation.⁵

Pada konteks Indonesia sendiri, perusahaan berbasis MLM diawali dengan berdirinya Creative Network International (CNI) pada tahun 1986 di Bandung. Banyak yang mengklaim bahwa kesuksesan CNI inilah yang kemudian menjadi cikal

³ Asyra dan Leni Masnidar Nasution, *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Perspektif Maqasid Syariah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021).

⁴ Jabbar Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009).

⁵ Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya*.

bakal munculnya perusahaan-perusahaan berbasis MLM lain di Indonesia. Melihat perkembangan MLM di Indonesia, Andrias Harefa bahkan berpendapat bahwa keberadaan perusahaan berbasis MLM di Indonesia memberikan nuansa berbeda dalam dunia pemasaran bisnis. Ia melanjutkan, jika merujuk pada sistem penjualan konvensional di mana sang penjual hanya mendapatkan keuntungan pada saat barang terjual, sistem MLM memberikan value added bagi para member. Selain mendapatkan keuntungan dari selisih penjualan barang, mereka juga jika mampu membentuk jaringan kerja untuk memasarkan produk atau jasa perusahaan, maka setiap bulannya perusahaan yang bersangkutan akan memperhitungkan bonus atau komisi dari hasil usahanya.⁶

Krisis moneter 1997-1998 yang mengakibatkan terpuruknya ekonomi nasional dianggap berdampak pula pada kemunculan berbagai jenis transaksi dengan konsep pemasaran, termasuk sistem pemasaran MLM.⁷ Beberapa perusahaan berbasis PLB/MLM berkembang dengan memanfaatkan momentum krisis untuk menawarkan solusi bisnis bagi masyarakat dengan biaya minim, seperti yang dilakukan oleh CNI, Amway, Avon, Tupperware, Sophie Martin, Oriflame, Herbalife International, Prime & First New, Greenlite, dan lainnya.⁸

D. Pengaturan Usaha Penjualan Langsung Berjenjang Konvensional dan Syariah di Indonesia

1. Perbedaan Pemasaran Penjualan Langsung dengan Penjualan Konvensional dan Money Game

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, dalam Pasal 7 UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengenal pendistribusian barang secara langsung dan tidak langsung. Distribusi barang secara tidak langsung ini umumnya yang dikenal sebagai model penjualan konvensional melalui agen distribusi hingga eceran. Untuk meluruskan pemahaman masyarakat atas usaha berbasis MLM/PLB, harus dipahami

⁶ Andreas Harefa, *Multi Level Marketing, "Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga"* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, n.d.).

⁷ Serfianto D et all Purnomo, *Multi Level Marekting, Money Game Dan Sekama Piramida*, (Jakarta: PT. Alex Media Potukindo, 2011).

⁸ Ibrahim, *MLM Bikin Saya Kaya Raya*.

dua hal penting oleh masyarakat, yaitu: Pertama, bahwa model MLM/PLB berbeda dengan penjualan barang melalui model penjualan konvensional. Merujuk pada praktik yang umumnya dilakukan, perbedaan yang dapat ditemukan antara usaha berbasis pemasaran MLM/PLB dengan penjualan konvensional dapat dipahami pada table berikut.

Penjualan Konvensional	Penjualan berbasis MLM
Penjualan dilakukan melalui berbagai agen (produsen-distributor/agen tunggal-grosir/sub agen-pengecer-konsumen), sehingga mata rantainya lebih panjang. Masing-masing mata rantai ini akan memerlukan pengeluaran biaya distribusi.	Jalur distribusi relatif lebih pendek, karena dalam model ini langsung dari distributor menuju ke konsumen. Model distribusi langsung ini membentuk suatu jaringan pemasaran yang berjenjang, di mana konsumen diposisikan juga sebagai distributor.
Barang akan mudah ditemukan di pertokoan umum	Barang tidak dapat diperdagangkan di toko umum (beberapa perusahaan bahkan melarang <i>men-display</i> produk di tempat <i>member</i> berada). Umumnya perusahaan memiliki beberapa lokasi yang ditunjuk sebagai stokis di wilayah tertentu, dan hanya disinilah barang bisa di- <i>display</i> . Namun beberapa perusahaan ada juga yang tidak memiliki <i>stokis</i> , tetapi memiliki semacam <i>distributor center</i> untuk mengawasi jalannya distribusi produk di daerah. Maka kecenderungan barang perusahaan ini akan lebih eksklusif, karena model transaksinya hanya dilakukan melalui preferensi <i>member</i> perusahaan.
Produk penjualan dipromosikan melalui media seperti media elektronik, cetak dan lainnya, sehingga biaya iklan termasuk ke dalam komponen harga produk (<i>cost production</i>).	Produk MLM umumnya tidak diiklankan melalui media, karena produk akan dikenalkan secara langsung melalui <i>upline</i> kepada calon <i>downline</i> dan konsumen (<i>mouth to ear</i>). Distributor/agen/member juga merupakan konsumen, sehingga mereka akan lebih mudah menjelaskan produk ke konsumen. Maka perusahaan akan menyediakan katalog yang umumnya digabungkan dalam <i>starter kit</i> .

Secara umum tidak ada model pemasaran yang secara spesifik ditentukan dari perusahaan kepada distributor di bawahnya.	Setiap perusahaan berbasis PLB/MLM harus memiliki model pemasaran yang jelas, yang harus diikuti dari <i>member</i> tertinggi hingga yang baru bergabung. Sehingga perusahaan ini biasanya akan melakukan pertemuan rutin untuk menjelaskan <i>market plan</i> perusahaan kepada para anggota.
---	--

Kedua, bahwa model MLM/PLB bukan dan berbeda dengan money game. Money game dilihat dalam catatan sejarah ditemukan oleh Charles K. Ponzi, seorang imigran asal Italia yang bermigrasi ke Kanada pada tahun 1903. Pada tahun 1920 Ponzi dan perusahaan jasanya “Kupon Pos” yang berlokasi di Boston menjadi perbincangan di Pantai Timur Amerika. Ponzi berhasil meraup 9,5 juta dolar dari 10.000 investor dalam kurun waktu yang singkat. Ponzi melakukan penjualan surat perjanjian (promissory notes) ‘Bayar 55 sen untuk setiap sen, hanya dalam waktu 45 hari. Ponzi kemudian disidangkan dengan dakwaan melakukan penipuan finansil. Model penipuannya ini dinamakan “buble burst”, yang kemudian dikenal dengan nama skema ponzi. Kasus penipuan Ponzi ini yang kemudian menjadi asal mula dari bisnis money game yang dilarang di seluruh dunia. di Indonesia sendiri, kasus money game ini tidak dapat dipisahkan dengan perusahaan berbasis MLM.⁹

Pada Pasal 9 UU No. 7 Tahun 2014 secara tegas melarang penerapan sistem skema piramida dalam mendistribusikan Barang. Penjelasan Pasal 9 UU No. 7 Tahun 2014 menyebutkan bahwa: “skema piramida adalah istilah/nama kegiatan usaha yang bukan dari hasil kegiatan penjualan barang. Kegiatan usaha itu memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh imbalan atau pendapatan terutama dari biaya partisipasi orang lain yang bergabung kemudian atau setelah bergabungnya mitra usaha tersebut. Skema piramida inilah yang kerap merupakan model money game, yang menggunakan MLM sebagai kedok usaha, seperti yang ditemukan dalam arisan uang berantai. Perbedaan LPB/MLM dan money game tersebut di antaranya:¹⁰

Direct selling/MLM	Money Game
--------------------	------------

⁹ Hermawan, *Market Plus 2* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994).

¹⁰ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Managment...*, Hlm, 87. Ujang Komarudin, “Multi Level Marketing Tianshi Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syari’ah Nasional”, Tesis, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2014.

Biaya pendaftaran dan harga barang	
Biaya pendaftaran tidak tinggi, harga produk rasional (tidak terlalu mahal sesuai dengan harga produk sejenis pada umumnya)	Sangat tinggi, biasanya disertai dengan pembelian produk yang harganya sangat mahal
Produk	
Ada produk barang/jasa yang dijual dengan kualitas produk dapat dipertanggungjawabkan	Tidak ada produk yang dijual. Jikapun ada, hanya sebagai kedok dan kualitasnya dipertanyakan. Sehingga komisi/bonus ini diambil dari <i>member</i> yang mendaftar bukan dari produk yang diperjualbelikan.
Peluang keberhasilan	
Semua anggota berpeluang sama	Yang mendaftar lebih dahulu berpotensi mendapatkan keuntungan dengan mengorbankan anggota yang bergabung belakangan.
Penentuan keberhasilan	
Berdasarkan hasil penjualan produk/jasa yang nyata serta pengembangan jaringan Perlu kerja keras untuk mencapai keberhasilan	Berdasarkan banyaknya uang yang disetorkan oleh sejumlah orang yang direkrut. Tidak perlu kerja apa-apa, hanya setor uang dan tunggu hasilnya.

2. Pengaturan Usaha Berbasis Penjualan Langsung Berjangjang

PLB/MLM sebagaimana telah dijabarkan sebelumnya merupakan salah satu dari model pemasaran direct selling berdasarkan UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan telah diatur dalam beberapa peraturan lain sebelumnya. Peraturan yang secara khusus mengatur tentang jenis usaha berbasis MLM, di antaranya meliputi: 1) Permendag No. 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang Perubahan Atas Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung; 2) Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung. 3) Permendag RI No. 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang Pendelegasian Wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Bidang Penanaman Modal.

Setiap perusahaan MLM harus memenuhi 19 syarat yang disebutkan dalam Pasal 2 Permendag No. 32/M-Dag/Per/8/2008, seperti memiliki alamat kantor yang tepat dan jelas, program pemasaran yang jelas, kode etik, komisi, bonus dan penghargaan sesuai yang diperjanjikan, dan lainnya. Dalam nomenklatur hukum Indonesia, setiap perusahaan yang berbasis MLM harus memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) sesuai amanat Permendag No. 32/M-Dag/Per/8/2008. Untuk mendapatkan izin SIUPL perusahaan harus mengajukan permohonan izin, kemudian mempresentasikan rencana bisnisnya terlebih dahulu di Departemen Perdagangan yang turut dihadiri pula oleh pengurus APLI. Namun sejak adanya Permendag No. 55/M-Dag/Per/10/2009, proses pengajuan SIUPL ini dianggap oleh sebagian pihak semakin panjang prosesnya. Pasalnya, para pengusaha harus memperoleh rekomendasi dari Departemen Perdagangan dan saran dari APLI, kemudian permohonan ini juga harus diajukan kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) untuk disetujui dan diputuskan. Beberapa kalangan berpendapat hal tersebut berimplikasi pada banyaknya pengusaha berbasis MLM yang enggan mengurus izin SIUPL.

Beberapa pihak lain melihat proses panjang ini dikarenakan pada prinsipnya dalam nomenklatur hukum positif di Indonesia, tidak semua pengusaha boleh menghimpun dana masyarakat dan melakukan pengelolaan investasi atas penghimpunan dana secara langsung. Kegiatan penghimpunan ini hanya diperbolehkan dengan aturan yang telah ditetapkan peraturan perundang-undangan terkait. Di samping itu, dialihkannya penerbitan SIUPL dari Departemen Perdagangan ke BKPM merupakan salah satu upaya Pemerintah untuk mempermudah pelayanan dalam proses perizinan, maka dibentuklah Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dibawah BKPM. Sehingga pada tahapan permohonan sampai dengan terbitnya dokumen perizinan dapat dilakukan dalam satu tempat yakni di BKPM.¹¹

Dengan demikian, untuk mempermudah mengetahui MLM/PLB yang diakui legalitasnya, ciri-cirinya perusahaan tersebut menurut catatan APLI, di antaranya

¹¹ Zainal, *Islamic Business Managment...*, Hlm, 87. Ujang Komarudin, "Multi Level Marketing Tianshi Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syari'ah Nasional", Tesis, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

yaitu: Pertama, Perusahaan MLM harus berbentuk badan hukum (Perseroan Terbatas), selain memiliki SIUP, juga memiliki SIUPL, serta terdaftar sebagai anggota APLI. Kedua, Perusahaan memiliki produk barang atau jasa yang akan dipasarkan dengan kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Ketiga, Harga produk yang diperjualbelikan wajar dan sesuai dengan nilai dan manfaat produk.¹²

Perlu dipahami terkait ketentuan menjadi anggota APLI, pada prinsipnya hal ini bukan menjadi suatu hal yang diharuskan dalam peraturan perundang-undang yang terkait direct selling. Hanya saja, ketentuan menjadi APLI mensyaratkan telah terpenuhinya seluruh legalitas suatu perusahaan, seperti telah mengantongi izin SIUP dan SIUPL, maka secara otomatis anggota APLI telah jelas legalitasnya diakui. Ini dapat meminimalisir terjadinya penipuan berkedok MLM yang kerap terjadi di masyarakat.

3. *Pengaturan Usaha Berbasis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah*

Secara umum para ulama masih berbeda pendapat mengenai hukum kebolehan transaksi berbasis MLM. Veithzal Rivai Zainal misalnya ketika menjelaskan MLM dengan jenis komoditas jasa keuangan menegaskan bahwa jenis PLB ini harus diperjelas secara syariah yang berkaitan dengan: a) apa usaha yang dijalankan oleh pengelola PLB; dan b), bagaimana akad yang terjadi antara pengelola PLB dan penanam dana, transparansi keuntungan dan pembagiannya. Sedangkan dalam consumer goods, Veithzal Rivai Zainal menyebutkan bahwa keuntungan yang didapatkan pengelola MLM dan anggota network-nya adalah selisih antara harga produksi pengelola MLM dengan harga jual untuk masing-masing tingkat downline.¹³

Terlepas dari perdebatan MLM dalam Islam, dalam konteks Indonesia, kebolehan transaksi PLB telah terjawab melalui dua fatwa DSN MUI. Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLB Syariah menyebutkan 12 syarat usaha berbasis PLB syariah yaitu:

¹² APLI, *Lihat Apa Beda Direct Selling Dengan Multi Level Marketing*, XXI., 2004.

¹³ Zainal, *Islamic Business Management...*, Hlm, 87. Ujang Komarudin, "Multi Level Marketing Tianshi Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syari'ah Nasional", Tesis, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

- 1) Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang dan produk jasa.
- 2) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- 3) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat.
- 4) Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan, sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
- 5) Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata.
- 6) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi sesuai dengan target penjualan.
- 7) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang atau jasa.
- 8) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota tidak menimbulkan ighra'.
- 9) Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- 10) Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah.
- 11) Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- 12) Tidak melakukan kegiatan money game.

Merujuk pada Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tersebut, pada dasarnya fatwa ini mensyaratkan 2 aspek utama untuk menilai usaha PLB itu sesuai dengan syariah atau tidak. Pertama, Aspek produk barang atau jasa yang dijual harus memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam fatwa. Kedua, Sistem pemasaran dari PLB itu sendiri (sistem penjualan). Model pemasaran PLB syariah dan konvensional, pada dasarnya tidak ada perbedaan yang signifikan. Hanya saja pada hal-hal di antaranya: komisi/bonus harus didasarkan pada kerja nyata (baik penjualan atau

pembinaan) bukan passive income, dan bukan dari rekrutmen member semata; pembagian komisi/bonus dengan adil; dan tidak menimbulkan ighra', serta harus ada pembinaan dan pengawasan anggota, menjadi penekanan pada model PLB syariah. Sedangkan akad dalam fatwa ini dapat berbentuk akad berikut: a) Akad bai'/murabahah; b) Akad wakalah bil ujah; c) Akad ju'alah; d) Akad ijarah; dan akad-akad lain.

Sedangkan jika secara spesifik melihat ketentuan PLB syariah dalam jasa perjalanan umrah, Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang PLB Syariah Jasa Perjalanan Umrah menjabarkan bahwa bentuk akad yang digunakan adalah akad ijarah maushufah fi al-dzimmah dalam rangka anggota memperoleh jasa perjalanan umrah dari perusahaan, dan akad ju'alah dalam rangka penjualan langsung berjenjang (al-taswiq al-syabaki)..

Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah didefinisikan sebagai: 'akad ijarah atas jasa (mu'jar) --dalam hal ini jasa perjalanan umrah-- yang pada saat akad hanya disebutkan sifat-sifat, kuantitas dan kualitasnya'. Sedangkan ju'alah didefinisikan sebagai 'janji atau komitmen (iltizam) perusahaan untuk memberikan imbalan (reward/'iwadh/ju'l) tertentu kepada anggota ('amil) atas pencapaian hasil (prestasi/natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan (obyek akad Ju'alah)'. Kedua akan tersebut tepat digunakan untuk pembiayaan perjalanan umroh sebab objek dari pembiayaan (perjalanan umroh) termasuk intangible asset (aset tidak berwujud namun manfaatnya bisa digunakan atau dirasakan). Hal ini sesuai dengan esensi dari akad ijarah itu sendiri, yaitu ba'i al-manaafi'/jual beli manfaat). Kemudian manfaat barang yang akan digunakan/dirasakan pun tidak ada pada saat akad ijarah dilaksanakan, manfaat baru bisa digunakan/dirasakan pada saat hari keberangkatan perjalanan umroh atau maushufah fi al-dzimmah

Fatwa ini menguraikan ketentuan khususnya akad akad ijarah maushufah fi al-dzimmah yang mengatur ketentuan mengenai ketentuan perusahaan (mu'jir); anggota (musta'jir); objek akad (mu'jar); harga (ujrah), pendaftaran dan uang muka; hingga ketentuan pembatalan. Sedangkan ketentuan akad ju'alah menyebutkan beberapa ketentuan di antaranya: ketentuan perusahaan (ja'il) seperti salah satu

syaratnya perusahaan harus memiliki SIUPL dan pedoman pemasaran dan pengawasan sesuai syariah, anggota ('amil); objek akad; dan imbalan (ju'l).

Beberapa ketentuan mengenai perusahaan misalnya, perusahaan harus memenuhi legalitasnya, dan anggota hanya boleh mendaftar satu titik (satu kali) dalam satu paket perjalanan umrah. Objek akad harus jelas rinciannya dan dipastikan waktu penyerahan objek (pelaksanaan umrah), serta objek akad harus menjadi tujuan akad bagi anggota (untuk menghindari gharar yang berupa mukhalafat al-maqshud). Ketentuan harga (ujrah), fatwa DSN MUI tersebut mengamanatkan harus ada kejelasan harga sejak awal pendaftaran, jika terjadi perubahan harus berdasarkan asas kesepakatan para pihak, tidak boleh terjadi excessive mark-up. Ketentuan mengenai pendaftaran dan uang muka pada dasarnya diperbolehkan dalam fatwa, tetapi hanya diperbolehkan untuk biaya pengganti administrasi pendaftaran. Kecuali jika objek akad tidak dibayar tunai, maka uang muka tersebut dianggap sebagai bagian dari obyek akad. Uang muka ini dapat diakui juga sebagai ujarah dalam jumlah yang wajar, dan pembukuan harus dilakukan secara terpisah sehingga ada kejelasan antara jumlah dana milik anggota dengan jumlah ujarah yang diterima oleh perusahaan.

Beberapa ketentuan mengenai pembatalan di antaranya: perusahaan atau anggota tidak boleh membatalkan akad ijarah mausufah fi al-dzimmah tanpa udzur syar'i; Jika pembatalan dari pihak perusahaan berdasarkan udzur syar'i, maka semua harga objek akad yang telah diserahkan kepada perusahaan wajib dikembalikan kepada anggota; sedangkan jika pembatalan dilakukan oleh anggota yang memenuhi udzur syar'i, maka semua harga obyek akad yang telah diserahkan kepada perusahaan wajib dikembalikan kepada anggota setelah sebelumnya dikurangi biaya-biaya nyata yang wajar. Jika pembatalan oleh anggota tidak memenuhi udzhur syar'i, maka tidak ada pengembalian harga ojek akad dan larangan anggota tersebut untuk menjadi anggota PLB syariah.

Ketentuan lain di antaranya keharusan menyebutkan resiko yang kemungkinan akan dialami peserta, kewajiban pemberian imbalan ketika anggota ('amil) mencapai prestasi tertentu, dan perusahaan wajib membuat akun masing-masing anggota sebelum objek akad ijarah maushufah fi al-dzimmah diwujudkan untuk diserahterimkan kepada anggota.

Catatan penting dalam ketentuan berkaitan dengan objek akad ju'alah di antaranya yaitu: objek akad harus jelas, yaitu pekerjaan yang berupa rekrut calon anggota dan pembinaan; anggota yang berhasil direkrut dan dibina merupakan natijah; Jumlah anggota/mitra level bawah (downline) dan yang dibina oleh mitra level atas (upline) harus dibatasi sesuai kebutuhan dan kewajiban untuk umrah.

Besaran imbalan ditentukan oleh perusahaan dan diketahui oleh anggota saat mendaftar. Esensi imbalan diperuntukan untuk pelaksanaan umrah, sehingga imbalan ini harus digunakan untuk pembiayaan umrah, baik seluruhnya atau sebagian. Imbalan yang dijanjikan tidak boleh menimbulkan ighra'. Pembagian tiap peringkat harus adil dan terhindar dari unsur eksploitasi. Besaran dan bentuk imbalan harus didasarkan pada hasil prestasi yang dilakukan, sedangkan imbalan ju'alah secara pasif harus merupakan hasil dari melakukan pembinaan dan/atau prestasi.

Pada pembahasan mengenai ketentuan mengenai jaringan dan penyelenggaraan dalam fatwa ini menegaskan bahwa penyelenggara PLB syariah dalam jasa umrah harus terhindar dari muqamarah, gharar, maysir, riba, dharar, zhulm, money game, ighra', jahalah, tadlis, gisysy, talbis, kitman, dan syubhat. Sedangkan dalam hal ketentuan mekanisme, fatwa tersebut menjabarkan beberapa hal, seperti adanya kewajiban anggota yang telah mendaftar untuk memasarkan produk jasa perjalanan umrah, serta melakukan rekrutmen dan pembinaan kepada anggota berjenjang lainnya. Anggota memperoleh imbalan ju'alah (ju'l) dari perusahaan karena melakukan perekrutan dan pembinaan dengan akad ju'alah; sedangkan anggota memperoleh paket jasa perjalanan umrah dari perusahaan dengan akad ijarah maushufah fi al-dzimmah.

Pada pelaksanaannya, setiap perusahaan MLM/PLB yang ingin memperoleh legitimasi kesesuaian syariah, perlu mengajukan permohonan sertifikat kesesuaian syariah ke DSN MUI. Sebagaimana prosedur perizinan usaha di kementerian lain, pada DSN MUI seluruh legal documents harus dilampirkan seperti SIUP, TDP, NPWP dan legal documents lainnya. Persyaratan khusus bagi bisnis PLB, kewajiban melampirkan model marketing dan sistem komisi, SIUPL, dan bukti keanggotaan APLI menjadi keharusan. Setiap perusahaan berbasis syariah ini harus memiliki Dewan

Pengawas Syariah (DPS) yang ditunjuk dari DSN MUI untuk mengawasi pelaksanaan bisnis PLB syariah. Setiap periode 3 tahun, sertifikat ini harus diperbaharui, melalui hasil review DPS atas kesesuaian syariah perusahaan tersebut.¹⁴

E. Praktik Penjualan Langsung Berjenjang yang Legal di Indonesia

Salah satu cara termudah yang dapat dilakukan oleh setiap masyarakat yang akan bergabung atau ditawarkan untuk bergabung menjadi distributor/anggota perusahaan berbasis MLM adalah memastikan bahwa perusahaan tersebut adalah anggota APLI. Apakah seluruh perusahaan berbasis MLM yang tidak menjadi anggota APLI adalah illegal? pada beberapa memang harus diakui tidak, karena pada dasarnya keberadaan APLI ini sebatas wadah perhimpunan pengusaha berbasis direct selling yang telah memiliki izin SIUPL. Hanya saja ketika suatu perusahaan MLM telah bergabung di APLI, secara legalitas kelembagaan perusahaan tersebut telah terpenuhi. Sehingga tendensi akan bermasalah dimungkinkan tidak terjadi.

1. Praktik Pemasaran Berjenjang Tiens

Tiens atau umumnya dikenal Thiansi merupakan perusahaan berbasis MLM/PLB asal China yang didirikan sejak tahun 1992 oleh Li Jin Yuan. Perusahaan yang terkenal dalam bidang obat-obatan dan kesehatan ini mulai mengubah model penjualan konvensional menjadi penjualan berbasis network marketing pada tahun 1995. Pada awal tahun 2013, Tiens Indonesia menempatkan dirinya sebagai salah satu perusahaan berbasis PLB syariah setelah memperoleh sertifikat syariah dari DSN MUI yang diberikan kepada PT. Singa Langit Jaya atas dibukanya unit usaha Tiens Syariah Indonesia. Sebagai perusahaan MLM yang telah mengantongi sertifikat PLB Syariah, perusahaan ini harus memastikan bahwa baik produk maupun sistem pemasarannya sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh DSN MUI. Untuk memastikan hal tersebut, Tiens mengembangkan model new market plan mereka pada pertengahan tahun 2016. Perusahaan ini juga bekerjasama dengan One Vision,

¹⁴ DSN MUI, "Lihat Ketentuan DSN MUI Terkait Pengajuan Sertifikat Kesesuaian Syariah," last modified 2016, www.dsnmui.co.id.

yaitu perusahaan yang merupakan group support system terbesar di Indonesia, yang bertugas untuk menyediakan seluruh instrumen pemasaran Tiens.¹⁵

Sistem binary lebih umum dikenal dengan sistem 2 kaki dengan kelipatan. Dalam sistem ini setiap member diperbolehkan merekrut anggota dengan kelebaran 2 orang (pada level/kedalaman pertama). Kemudian jika ia merekrut orang ke-3 dan ke-4 misalnya, kedua orang tersebut diletakkan sebagai downline orang pertama (di left leg) atau masing-masing sebagai downline di left leg atau di right leg, begitu seterusnya. Maka akan terbentuk jumlah anggota 1, 2, 4, 8, 16, hingga seterusnya, tingkat kedalaman jaringan dalam sistem binary tidak terbatas. Sedangkan break away umumnya ketika seorang member berhak merekrut dengan kelebaran yang tak terbatas, namun untuk tingkat kedalamannya biasanya terbatas, misalnya hanya sampai 10 level kedalaman

Bentuk paket membership inilah yang menjadi salah satu perbedaan new market plan Tiens dengan praktik pemasaran sebelumnya, di mana tiap masyarakat yang bergabung menjadi distributor baru harus membeli starker kit dan produk dengan sistem paket membership (Bronze 100 Bv (100xRp.13.000 (kurs dolar) = Rp.1.300.000), Silver 200 Bv, Gold 400 Bv, dan Platinum 800 Bv). Bedanya pada pembagian keuntungan, semakin tinggi peringkat, semakin tinggi pembagian keuntungan, misalnya pada diskon produk (bonus sponsor) di pembelanjaan berikutnya (pembelanjaan non paket) di mana pemegang Bronze memperoleh diskon sebesar 8%, silver 10%, gold 12%, dan platinum 15%. Dari potongan harga ini, para anggota yang ingin bertindak pula sebagai distributor dapat menjual produk sesuai dengan harga konsumen yang ditentukan dari Tiens sebelumnya. Sedangkan anggota/distributor memperoleh keuntungan secara langsung dari selisih harga jual dan harga beli.

New marketing plan Tiens diluncurkan dengan mengembangkan hybrid model (menggabungkan model binary dan break away) dalam multi level marketing, model ini dikembangkan untuk memastikan bahwa bentuk pemasaran Tiens sesuai dengan prinsip syariah. Model direct selling perusahaan ini didahului dengan

¹⁵ Tiens, "Pemasaran Tiens," www.onevision.web.id.

bergabungnya para masyarakat menjadi anggota Tiens melalui pembelian paket produk tertentu. Setelah bergabung para anggota baru (distributor baru) ini nantinya akan dapat menempatkan dirinya pada peringkat yang ditentukan berdasarkan transaksi dan omset pembelian yang dilakukan.

Model peringkat pada new market plan ini dibagi menjadi dua golongan besar, yaitu peringkat dasar dari *4 hingga *8 (bintang 4 – bintang 8), sedangkan peringkat kehormatan dari bronze lion (BL) hingga executive director (EXDIR). Pada pembagian bonus utama, Tiens membaginya menjadi 2 bonus utama, yaitu: Pertama, bonus perkembangan (berasal dari paket membership) terdiri atas: bonus sponsor, bonus perkembangan/pasangan, dan bonus bimbingan. Kedua, bonus penjualan (dari hasil penjualan produk) terdiri atas: bonus penjualan, bonus leadship, dan bonus elite. Di samping itu adapula bonus BSI dan special reward yang diperoleh dari perhitungan omset perkembangan dan omset penjualan.



Membership dan peringkat anggota

Merujuk diagram tersebut di atas, dapat dipahami bahwa perbedaan mendasar dari new market plan ini, pada peringkat dasar tidak ada persyaratan harus memiliki leg atau jaringan (downline), berbeda dengan peringkat kehormatan yang

mengharuskan adanya leg (downline). Maka terlihat pada diagram tersebut, para anggota peringkat dasar dapat memilih apakah akumulasi omset yang ingin diperoleh dilakukan melalui konsumsi produknya sendiri, menjualnya ke orang lain dengan harga konsumen, atau melakukan perekrutan dan mengakumulasi omset dari downline di bawahnya. Sedangkan untuk kenaikan peringkat, tentu saja Tiens menerapkan adanya terget atau akumulasi omset penjualan produk yang harus dicapai pada jumlah tertentu dan waktu yang ditentukan.

2. Praktik Pemasaran Berjenjang Arminareka Perdana

Arminareka Perdana merupakan perusahaan bergerak di jasa penyelenggara haji plus dan umrah yang didirikan sejak 9 Februari 1990 di Jakarta. Setiap jamaah yang mendaftar haji dan umrah akan memperoleh hak usaha, atau dikenal dengan sistem kemitraan (jalanan silaturahmi), yang dapat digunakan ataupun tidak. Perusahaan ini mengembangkan penjualan produknya dengan 2 model, yaitu paket personal/kemitraan standar/sendiri dan kemitraan perwakilan (kemitraan 13, kemitraan 22, dan kemitraan 40).

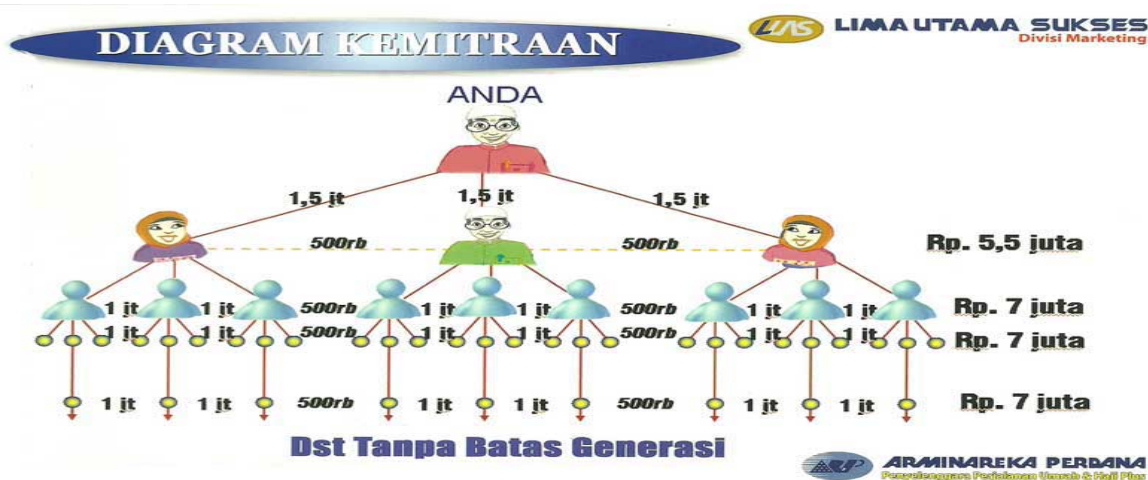
Sejak 2008 divisi marketing perusahaan ini menerapkan langkah strategis berupa program ARUS (Armina Utama Sukses), yaitu program jalinan silaturahmi sebagai suatu bentuk inovasi strategi pemasaran, melalui program khusus, yaitu program hak usaha sebagai solusi melunasi pembiayaan haji atau umrah. Program ini berkembang signifikan sehingga perusahaan ini memutuskan untuk berkerjasama dengan PT. KANZ Berjaya International pada tahun 2011 untuk membentuk suatu support system, KANZ support system, yang difungsikan sebagai wadah perwujudan tanggung jawab kemitraan, bertujuan agar para mitra dapat bertanggungjawab untuk membina masyarakat yang bersedia menjadi mitra bisnis perusahaan tersebut.¹⁶

Agen perusahaan ini umumnya akan menjelaskan suatu bentuk solusi umrah murah dari perusahaan, yaitu: pendaftaran melalui membayar DP (down payment) umroh sebesar Rp. 3.500.000,-. Dengan melakukan langkah awal tersebut, pendaftar secara resmi telah melakukan pembelian produk dan bisa dimulai dengan perekrutan

¹⁶ Travel, "Arminareka Perdana," last modified 2016, <http://www.arminarekaperdana.com>.

anggota. Bila jamaaha sudah membayar DP Umroh sebesar Rp. 3.500.000 maka akan mendapatkan hak jamaah berupa: voucher umroh USD 350 (DP Umroh 3,5 juta); souvenir baju koko atau mukena; ID Card+starterkit (berisi legalitas perusahaan Arminareka Perdana); asuransi; hak usaha pemasaran travel umroh dan haji plus selamanya dengan keuntungan yang diperoleh berupa: a) Komisi Rp. 1.500.000 umroh, b) bonus prestasi Rp. 500.000 per pasang, dan c) bonus pembinaan; dan pendampingan usaha. Stater Kit Arminareka Perdana Tahun 2015.

Secara umum dapat dipahami bahwa ketika seorang jamaah mendaftar untuk paket personal/sendiri, berarti jamaah hanya mendaftar paket umrah untuk satu orang. Tetapi ketika ia mendaftar untuk kemitraan 13 misalnya, berarti ia mendaftar untuk 13 paket umrah (13 voucher yang dapat ditukar sebagai pengurang biaya umrah senilai \$350). Maka, jamah umumnya akan mendaftarkan keluarganya sekaligus, jika masih lebih, karena jamah telah memperoleh hak usaha, para jamaah dapat pula melakukan perekrutan jamaah lain secara langsung untuk mendaftar menjadi salah satu pemegang vouchernya.



Contoh diagram kemitraan 13

Ketika jamaah mendaftar dengan paket kemitraan 13, jamaah juga memperoleh 13 titik usaha yang dapat dikembangkan. Sehingga ketika jamaah dapat merekrut jamaah umrah lain untuk bergabung, jamaah tersebut akan memperoleh komisi dengan nilai tertentu. Begitu pula dengan anggota lain yang ditempatkan dibawah orang jamaah pertama. Selama orang pertama memiliki kegiatan yang

dilakukan, misalnya pembinaan dengan cara membantu anggota di bawahnya mendapatkan jamaah yang mendaftar melalui anggota tersebut, orang di atasnya tentu saja akan memperoleh keuntungan tertentu dari kegiatannya tersebut. Tidak ada perbedaan antara yang mendaftar sendiri dengan yang kemitraan, hanya saja perbedaan mendasar adalah dari jumlah komisi dan/atau bonus prestasi yang nantinya diperoleh. Penjelasan beberapa mitra Arminareka Perdana, video presentasi “Marketing Plan Program Percepatan Umroh Atau Haji Plus PT.Arminareka Perdana”, disampaikan tanggal 18 Oktober 2015

Berdasarkan uraian model kemitraan yang dijalankan oleh Arminareka Perdana, maka dapat dipahami bahwa perusahaan ini merupakan perusahaan perjalanan umrah dan haji yang mengaplikasikan model MLM/PLB, lebih khusus untuk paket umrah. Meskipun dari penjelasan perusahaan maupun para jamaah menyatakan bahwa bentuk pemasaran ini bukan MLM/PLB, tetapi merupakan suatu solusi bagi jamaah yang ingin berangkat umrah tetapi tidak memiliki dana melalui jalinan silaturahmi, namun secara genaral bentuk kemitraan ini dapat dipersamakan dengan model pemasaran direct selling berbasis multi level.

3. Praktik Pemasaran Berjenjang Citra Nusa Insan Cemerlang

Citra Nusa Insan Cemerlang Indonesia atau lebih dikenal dengan CNI merupakan salah satu perusahaan berbasis MLM pertama yang masuk di Indonesia, didirikan di Bandung pada Oktober 1986. Seiring dengan perkembangan dan kesempatan go international, pada tahun 1992 perusahaan ini akhirnya berganti nama menjadi Citra Nusa Insan Cemerlang atau CNI (Creative Network International). Usaha CNI berkembang dengan didukung oleh Rencana Pengembangan Usaha (RPU-Marketing Plan). Dalam RPU CNI, terdapat 8 tingkatan jenjang karier yang bisa diraih oleh mitra usaha CNI. Pada awal perusahaan ini didirikan di Indonesia, CNI terdaftar dengan nama PT Nusantara Sun-Chlorella Tama (NSCT). Ketika itu, masyarakat umumnya mengenal CNI dengan Sun Chlorella atau NSCT, karena pada

awal pendiriannya, perusahaan ini hanya menjual produk makanan kesehatan Sun-Chlorella.¹⁷

Sebagaimana proses pendaftaran di perusahaan berbasis MLM lain, masyarakat cukup melakukan pembelian dengan jumlah nominal tertentu untuk mendapatkan kartu keanggotaan secara gratis. Pendaftaran di perusahaan ini terbagi menjadi 2 kategori, pendaftaran executive dan pendaftaran user. Sedangkan model MLM/PLB yang umumnya dikembangkan perusahaan ini berbentuk binary model. Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis produk yang digunakan manusia setiap hari (consumery goods). Sehingga hal ini berimplikasi pada perkembangan model pemasaran MLM CNI saat ini yang mengarah pada apa yang perusahaan ini sebutkan sebagai modern multi level marketing. Model pemasaran ini mengganti model traditional multi level marketing yang umumnya produk yang ditawarkan hanya diperuntukan bagi anggota (terkesan eksklusif), namun CNI membuka peluang bagi non anggota untuk menggunakan produk melalui penggunaan kartu refrensi anggota tiap kali akan membeli produk di CNI distribution center. Melalui model ini anggota pemegang kartu akan mendapatkan keuntungan karena cukup dengan meminjamkan kartu kepada non anggota untuk berbelanja, anggota akan memperoleh komisi tertentu.

Model pemasaran inilah yang umumnya dikenal dengan slogan 'era baru CNI', melalui strategi KPKS (konsumsi pribadi, pemasaran, konsumen loyal, dan stok). Melalui model strategi pemasaran baru ini perusahaan bertujuan untuk bersaing dengan perusahaan ritel (yang umumnya berbasis penjualan konvensional). Sehingga, anggota secara tidak langsung ditekankan sebagai pebisnis distributor, yang diharapkan melalui penggunaan pribadi, dapat melakukan pemasaran produk ke masyarakat sekitarnya, kemudian memperoleh konsumen loyal untuk menggunakan produk perusahaan tersebut. Di samping itu, perusahaan ini membuka peluang bagi para investor non anggota untuk dapat membuka DC chain store CNI, tanpa ada ketentuan harus membayar nominal tertentu.¹⁸

¹⁷ CNI, "Multilevel," last modified 2016, [Www.cni.co.id](http://www.cni.co.id).

¹⁸ CNI, "Multilevel."

Pendaftaran executive dilakukan melalui pembelian produk minimal Rp. 5.000.000 per cash bill, Pendaftaran User dilakukan melalui pembelian produk minimal Rp. 1.000.000 per cash bill. Bagi anggota yang selama setahun memberikan kontribusi signifikan, perusahaan akan memberikan kartu anggota platinum, dengan syarat akumulasi pembelian produk minimal Rp. 90.000.000 per tahun, sedangkan anggota lifetime dengan kualifikasi anggota yang konsisten melakukan pembelian produk minimal Rp. 1.500.000 per periode selama 5 tahun. .

F. Problematika dan Evaluasi Usaha Berbasis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Secara umum pengawasan usaha berbasis MLM/PLB tidak terpusat pada satu institusi tertentu. Ketika perusahaan berbasis MLM bergerak di jasa keuangan misalnya, OJK yang berwenang melakukan pengawasan. Dalam sektor perdagangan, kewenangan dipegang oleh Kementerian Perdagangan, sedangkan berkaitan jasa haji dan umrah tunduk pada Kementerian Agama. Meskipun saat ini seluruh perusahaan berbasis MLM/PLB legal wajib memiliki SIUPL dan terdaftar dalam wadah APLI, praktik menunjukkan banyak perusahaan yang senyatanya menggunakan model pemasaran MLM tetapi tidak memiliki SIUPL. Realitasnya, beberapa perusahaan yang tidak memiliki SIUPL ini tidak dapat dikatakan ilegal, karena perusahaan tersebut secara sah memiliki legalitas usaha yang menjadi dasar legitimasi keberadaan perusahaan tersebut. Hal ini dapat ditemukan pada Arminareka Perdana, di mana hingga tahun ini perusahaan tersebut masih memegang izin penyelenggaraan haji plus dan umrah.

Jika ditanyakan kepada seluruh anggota kemitraan atau leader perusahaan Arminareka Perdana, hampir seluruhnya akan mengklaim bahwa sistem jaringan silaturahmi (kemitraan) yang mereka kembangkan ini bukan MLM melainkan PLB syariah (beberapa yang lain akan menyebutkan 'mirip' tetapi bukan MLM). Program ini bertujuan untuk membantu umat muslim yang ingin berangkat umrah tetapi tidak memiliki biaya, maka dikembangkannya program tersebut. Biasanya dalam stater kit perusahaan, selain seluruh salinan izin usaha perusahaan (legalitas perusahaan), akan ditemukan salinan fatwa DSN MUI tentang PLB syariah jasa umrah, tetapi tidak

melampirkan salinan sertifikat syariah DSN MUI (sertifikat PLB syariah atas nama perusahaan).

Ini menjadi catatan penting yang harus dipertegas pula oleh pihak Arminareka. Tolak ukur perusahaan tersebut sudah sesuai dengan syariah dalam konteks Indonesia adalah ketika perusahaan tersebut telah memperoleh sertifikat syariah dari DSN MUI, bukan karena adanya fatwa PLB syariah umrah. Dicantumkan fatwa tersebut kerap kali dipahami salah oleh masyarakat. Beberapa masyarakat menganggap dengan keberadaan fatwa tersebut perusahaan telah resmi menjadi PLB Syariah. Klaim sebagai bisnis syariah oleh perusahaan dimungkinkan memang terjadi, karena pada tahun 2010 memang perusahaan telah mengantongi sertifikat syariah. Tetapi sertifikat syariah ini menurut pemahaman penulis bukan sebagai PLB Syariah, tetapi sebagai perusahaan penyelenggaraan haji plus dan umrah, yang dalam nomenklatur bisnis syariah di Indonesia, dimungkinkan untuk memperoleh sertifikat sebagai bisnis syariah dari DSN MUI. Di samping itu, kejelasan perolehan sertifikat syariah ini harus dipertegas kembali mengingat perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan travel haji dan umrah yang dikenakan pelarangan melalui Surat Edaran No. DJ.VII/HJ.09/10839/2012 tentang Larangan Pemasaran Penyelenggaraan Haji dan Umrah Menggunakan Sistem MLM tertanggal 26 Desember 2012, yang dalam isinya menyebutkan bahwa DSN MUI telah mencabut sertifikat syariah yang diberikan.

Kondisi tersebut harus diperjelas, apakah perusahaan memang menggunakan PLB dalam pemasaran, atau tidak. Pasalnya meskipun terdapat penolakan atas klaim penggunaan sistem berbasis MLM/PLB ini, model pemasaran yang dikembangkan dalam praktik perusahaan tersebut jelas merupakan bagian dari direct selling, yang harus tunduk pada pengaturan direct selling (baik single level maupun multi level) yang legal di Indonesia melalui kepemilikan SIUPL perusahaan. Dasar kepemilikan SIUPL dan keanggotaan APLI inilah yang kemudian nantinya menjadi syarat khusus diperolehnya Sertifikat Syariah dari DSN MUI. Maka, dapat dipahami bahwa perusahaan yang tidak memiliki SIUPL dan tidak terdaftar sebagai anggota APLI, tidak mungkin akan memiliki sertifikat PLB syariah.

Perlu dipahami lebih lanjut secara general tidak ada masalah dari pelaksanaan model kemitraan perusahaan Arminareka Perdana selama ini. Bahkan hampir seluruh ketentuan dalam fatwa PLB syariah jasa umrah itu terpenuhi. Terkecuali menurut penulis dalam beberapa hal seperti di antaranya: Pertama, ketidakjelasan apakah perusahaan tersebut menyadari bahwa perusahaan telah melakukan model pemasaran berbasis PLB/MLM, yang dalam nomenklatur hukum di Indonesia harus memiliki legalitas tambahan berupa SIUPL, dan bagi PLB syariah harus memiliki sertifikat kesesuaian syariah dari DSN MUI. Hanya saja. Hal ini tentu akan terkendala ketika peraturan negara jelas tidak mengatur keberadaan perusahaan jasa berbasis direct selling. Maka kemungkinan perolehan izin ini tidak akan terpenuhi oleh perusahaan. Kedua, Penegasan selanjut yang harus dipastikan oleh perusahaan adalah batasan jumlah jamaah yang dapat direkrut dalam kemitraan 13, 22 atau 40, serta penegasan tidak adanya passive income dalam skema kemitraan. Dalam beberapa seminar skema ditemukan masih adanya pernyataan rekrutmen anggota ini tanpa ada batasan jumlah dan kedalaman, sedangkan dalam konteks fatwa disebutkan “Jumlah anggota/mitra level bawah (down-line) dan yang dibina oleh mitra level atas (up-line) harus dibatasi sesuai kebutuhan dan kewajiban untuk umrah”. Ketiga, kejelasan akad (perjanjian) dan klausul akad yang disebutkan oleh mitra anggota ketika melakukan perekrutan anggota, serta kejelasan pastinya orang yang mendaftar tersebut kapan akan berangkat umrah. Pada praktiknya ditemukan bentuk akad yang ditentukan sepihak oleh pihak perusahaan (berbentuk kontrak baku) berpotensi melanggar ketentuan Pasal 18 Ayat (1) UU No. 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, karena memasukan klausul berkaitan dengan ketentuan peralihan tanggung jawab pelaku usaha, dan tunduknya konsumen pada peraturan tambahan atau lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha. Klausul tersebut seperti: “Mitra dianggap telah membaca, menerima dan mengerti serta tunduk pada semua ketentuan-ketentuan, peraturan dan syarat-syarat perusahaan yang berlaku maupun yang diberlakukan kemudian hari”, dan “Mitra setuju dengan ini menjamin serta membebaskan perusahaan dari segala kewajiban, tuntutan, gugatan dan klaim dari pihak manapun, termasuk dari mitra sendiri serta tanggung jawab atas setiap dan semua kerugian dan resiko yang timbul karena kelalaian di

dalam mengisi formulir registrasi ini yang menyebabkan formulir ini disalahgunakan oleh pihak-pihak lain yang tidak berhak atau hilang dengan alasan apapun”.¹⁹

Problematika lain ditemukan pada ketidakjelasan pengaturan negara apakah perusahaan yang memasarkan jasa dapat menggunakan sistem pemasaran PLB/MLM atau tidak. Pasalnya, jika merujuk pada pengaturan PLB/MLM dalam UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang disebutkan “distribusi langsung” baik single level maupun multi level hanya disebutkan untuk distribusi barang. Aturan ini tidak menyebutkan produk jasa dapat dipasarkan melalui multi level. Hal ini akan berimplikasi kepada kemungkinan tidak ada perusahaan jasa berbasis MLM/PLB yang dapat memperoleh SIUPL.

Melihat kondisi tersebut, dapat diasumsikan kemungkinan banyak perusahaan jasa yang pemasarannya berbasis MLM ini tidak akan menyebutkan pemasaran mereka berbasis MLM, serta pengawas tidak akan mengevaluasi model pemasarannya, selama tidak ditemukan pelanggaran hukum seperti adanya tindak pidana, wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang diajukan oleh konsumen pengguna. Pengaturan usaha berbasis PLB/MLM bagi produk jasa ini harus diperjelas. Hal ini dikarenakan jika ditelaah lebih lanjut, kasus penipuan PLB/MLM (money game dan skema piramid) yang kerap terjadi ditemukan pada produk jasa, yang pada prinsipnya tidak memiliki produk barang yang diperjualbelikan.

Dalam konteks perusahaan yang telah mengantongi sertifikat kesesuaian syariah dari DSN MUI, perusahaan tersebut wajib memiliki Dewan Pengawasan Syariah (DSP), sebagaimana yang umumnya ada dalam lembaga keuangan syariah. Tugas DPS tentunya akan melihat apakah baik produk dan model pemasarannya dijalankan sesuai dengan prinsip PLB syariah DSN MUI. Sertifikat syariah DSN MUI berlaku selama periode 3 tahun. Setelah periode 3 tahun berdasarkan hasil review dari DPS perusahaan, perusahaan akan diberikan sertifikat syariah kembali untuk periode 3 tahun kedepan.

Salah satu contoh praktik pengawasan tersebut telah dilakukan pada Tiens Indonesia. Tiens pertama kali memperoleh sertifikat syariah pada tahun 2013, dan

¹⁹ Armuwari Esti Maharani, “Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Biro Perjalanan Umrah Yang Mengaplikasikan Metode Pemasaran Berjenjang MLM” (Universitas Airlangga, 2015).

pada tahun 2016, Tiens harus di-reviewed kembali kesesuaian syariahnya melalui hasil verifikasi DPS yang ditunjuk oleh DSN MUI. Maka pada awal tahun 2016, Tiens terdaftar kembali menjadi salah satu perusahaan PLB syariah melalui sertifikat kesesuaian syariah Sertifikat No. 003.38.01/DSN-MUI/II/2016. Dalam konteks praktik PLB syariah perusahaan ini, secara general tidak ditemukan adanya permasalahan yang signifikan. Hanya saja, perlu dipertegas kembali kepada anggota (khususnya yang baru bergabung), dalam konteks keuntungan bukan diperoleh dari hasil rekrutmen anggota (termasuk keuntungan dari hasil kerja downline), tetapi dari hasil penjualan produk dan pembinaan downline yang dilakukan oleh yang bersangkutan. Sehingga para upline terhindar dari passive income yang tidak menutup kemungkinan terjadi. Di samping itu, menghindari kecenderungan ighra, yang kerap ditemukan khususnya ketika anggota mempresentasikan keuntungan yang kemungkinan terjadi, tanpa memberikan juga penjelasan atas kemungkinan adanya resiko bisnis yang terjadi.

F. Penutup

Penjualan langsung berjenjang atau multi level marketing dalam nomenklatur hukum Indonesia merupakan salah satu model distribusi barang secara langsung (direct selling). Setiap perusahaan berbasis PLB/MLM harus memiliki SIUPL di samping legalitas usaha lain, dan bergabung menjadi anggota APLI. Dalam konteks PLB syariah, setelah legalitas dari negara diperoleh, perusahaan harus memperoleh sertifikat kesesuaian syariah, setelah produk dan sistem pemasarannya dinilai oleh DSN MUI.

Beberapa contoh praktik PLB/MLM legal seperti: PLB/MLM yang dipraktikkan baik dalam bentuk binary model dengan pengembangan modern MLM oleh Citra Nusa Insan Cemerlang, di mana cenderung lebih terbuka bagi non anggota. Hybrid model dikembangkan oleh Tiens dengan beberapa modifikasi, seperti bonus utama (misalnya dalam hal sumber perolehan bonus lebih menekankan pada omset penjualan dan pembinaan anggota), untuk menyesuaikan dengan ketentuan fatwa PLB syariah. Sedangkan dalam produk jasa ditemukan pada Arminareka Perdana.

Meskipun perusahaan ini tidak secara langsung mengklaim sebagai perusahaan berbasis PLB, tetapi praktik kemitraa jasa umrah menunjukkan model PLB.

Secara general pengawasan perusahaan berbasis PLB/MLM tidak dilakukan pada satu institusi tersendiri, melainkan terpisah pada masing-masing otoritas negara yang bewenang. Khusus bagi perusahaan PLB syariah, perusahaan harus pula memiliki DPS yang bertugas untuk mengawasi produk dan marketing system yang dikembangkan, serta dievaluasi per periode 3 tahun. Secara spesifik, problematika ditemukan pada PLB produk jasa. Karena pasalnya, pada UU Perdagangan, ketentuan PLB untuk jasa tidak diatur secara tegas. Sehingga kemungkinan berimplikasi pada perolehan izin SIUPL

DAFTAR PUSTAKA

APLI. *Lihat Apa Beda Direct Selling Dengan Multi Level Marketing*. XXI., 2004.

CNI. "Multilevel." Last modified 2016. [Www.cni.co.id](http://www.cni.co.id).

Hanafi, Rindyah, and Ayu Anggraini Adie Pranata. "Peranan Harga Dan Produk Dalam Keputusan Menjadi Anggota Multi Level Marketing Sophie Paris Indonesia." *Ekomaks* 3, no. 1 (2014): 49–58.

Harefa, Andreas. *Multi Level Marketing, "Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga."* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, n.d.

Hermawan. *Market Plus 2*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.

Ibrahim, Jabbar. *MLM Bikin Saya Kaya Raya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Maharani, Armuwari Esti. "Perlindungan Konsumen Pada Pengguna Biro Perjalanan Umrah Yang Mengaplikasikan Metode Pemasaran Berjenjang MLM." Universitas Airlangga, 2015.

MUI, DSN. "Lihat Ketentuan DSN MUI Terkait Pengajuan Sertifikat Kesesuaian Syariah." Last modified 2016. www.dsnmui.co.id.

Muzakki, A. "Studi Terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang

Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah).” *Asy-Syariah: Jurnal Hukum Islam* 6, no. 2 (2020): 111-121.
<https://ejournal.unzah.ac.id/index.php/assyariah/article/download/350/332>.

Nasution, Asyra dan Leni Masnidar. *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Perspektif Maqasid Syariah*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.

Purnomo, Serfianto D et all. *Multi Level Marekting, Money Game Dan Sekama Piramida*,. Jakarta: PT. Alex Media Potukindo, 2011.

Tiens. “Pemasaran Tiens.” www.onevision.web.id.

Travel. “Arminareka Perdana.” Last modified 2016.
<http://www.arminarekaperdana.com>.

Zainal, Veithzal Rivai. *Islamic Business Managment...*, Hlm, 87. Ujang Komarudin, “Multi Level Marketing Tianshi Dalam Perspektif Fatwa Dewan Syari’ah Nasional”, Tesis, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2014.