

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Problema kehidupan umat manusia yang semakin kompleks dengan tuntutan hajat hidup yang semakin besar telah banyak membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat. Hubungan bermasyarakat dapat dibangun melalui kepentingan yang berbeda-beda. Terkait dengan kebutuhan materil, bisnis merupakan salah satu aspek terobosan untuk merubah pola kehidupan ke arah yang lebih baik. Salah satu bisnis yang dapat dijalankan yaitu *multi level marketing* (MLM).

Dengan berlandaskan ekonomi syari'ah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya.<sup>1</sup>

Belakang ini semakin banyak perusahaan – perusahaan yang menjual produk nya melalui sistem *multi level marketing* (MLM), yang menggunakan strategi pemasaran secara bertingkat (levelisasi) mengandung unsur - unsur positif, asalkan di isi dengan nilai – nilai islam dan sistemnya disesuaikan dengan syariah islam.

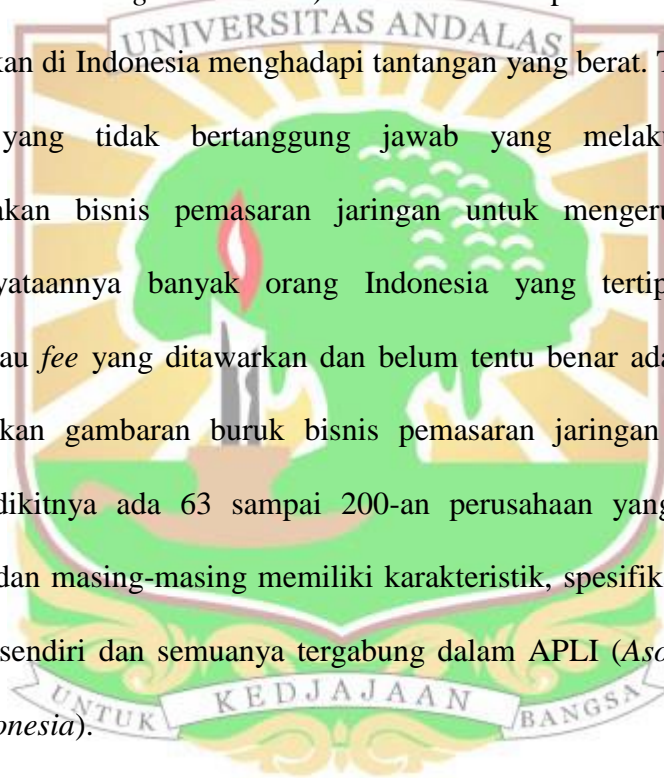
Awal mula dari bisnis pemasaran jaringan ini dimulai pada tahun 1940-an saat California mendisain penjualan dengan sistem yang merangsang atau

---

<sup>1</sup>Skinner(1992), Aniraga dan Soegiastuti (1996), Straub dan Attner (1994) dalam Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, 2002, *Menggagas Bisnis Islami*, Gema Insani Press, Jakarta, hlm 5

memprospek para pemakai untuk mengajak pelanggan lebih banyak untuk memakai produk yang mereka pakai. Para pelanggan itu mempunyai hak yang sama yang dapat mensponsori pelanggan lain<sup>2</sup>. Di Indonesia industri pemasaran jaringan dimulai sekitar tahun 1980. Mengutip pernyataan ketua APLI (*Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia*),

Helmi Attamimi adalah orang yang pertama kali mencetuskan IDSA (*Indonesia Direct Selling Association*)<sup>3</sup>. Ketika sistem pemasaran jaringan atau MLM diterapkan di Indonesia menghadapi tantangan yang berat. Tidak sedikitpun orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang melakukan penipuan mengatasnamakan bisnis pemasaran jaringan untuk mengeruk kepentingan pribadi. Kenyataannya banyak orang Indonesia yang tertipu oleh segala keuntungan atau *fee* yang ditawarkan dan belum tentu benar adanya. Hal inilah yang menjadikan gambaran buruk bisnis pemasaran jaringan atau MLM di Indonesia. sedikitnya ada 63 sampai 200-an perusahaan yang menggunakan sistem MLM dan masing-masing memiliki karakteristik, spesifikasi, pola, sistem dan model tersendiri dan semuanya tergabung dalam APLI (*Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia*).



---

<sup>2</sup>Lihat <http://Sejarah-MLM>, artikel marketing, network marketing. Htm, diakses pada tanggal 18 Januari 2016, jam 19.45 WIB.

<sup>3</sup>Lihat <http://APLI-AsosiasiPenjualanLangsungIndonesia>. Htm, diakses pada tanggal 18 Januari 2016, jam 20.00 WIB

Dalam APLI (*Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia*), dikemukakan bahwa MLM atau pemasaran berjenjang disebut sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung, dimana harga barang yang ditawarkan di tingkat konsumen karena tidak secara langsung telah membantu kelancaran distribusi. Promotor (*upline*) biasanya adalah anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan bawahan (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Akan tetapi, pada beberapa sistem tertentu, jenjang keanggotaan ini bisa berubah-ubah sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu.

Sekitar 5,5 juta penduduk Indonesia kini sedang aktif menjalankan bisnis ini dan setidaknya ada 250 produk maupun jasa ikut menggunakan sistem pemasaran jaringan, seiring pertumbuhan itulah bisnis pemasaran jaringan akan terus berkembang dan ini mengindikasikan bisnis pemasaran jaringan tidak pernah akan habis<sup>4</sup>.

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran yang lain, di antara ciri-ciri khusus tersebut adalah terdapatnya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya. Dalam bisnis *multi level marketing*, komisi dan bonus sangat berkaitan dengan prestasi dari si distributor.

---

<sup>4</sup>Lihat [http://: www.metaleadershipmarketing.com](http://www.metaleadershipmarketing.com), diakses pada tanggal 18 Januari 2016, jam 20.20 WIB.

Penafsiran atau pandangan negatif terhadap bisnis pemasaran jaringan berangsur terhapus. Perubahan tersebut terjadi akibat dampak dari perubahan perilaku distributor yang mengembangkan bisnis mereka. Sekarang lebih banyak lagi perusahaan pemasaran jaringan yang beroperasi.

Dari beberapa definisi di atas dapat kita tarik benang merah bahwa MLM adalah sistem pemasaran (*marketing*) atau penjualan dimana setiap konsumen berperan sebagai marketer, orang yang merekrut disebut dengan *upline* dan orang yang direkrut disebut sebagai *downline*. Orang kedua yang disebut dengan *downline* ini juga kemudian dapat menjadi *upline* ketika dia berhasil merekrut orang lain menjadi *downlinenya*, begitu seterusnya. Setiap orang berhak menjadi *upline* sekaligus *downline (multi level)*. Secara umum, dalam industri MLM ini seorang *upline* akan mendapatkan manfaat berupa bonus/komisi dari perusahaan apabila *downlinenya* berhasil melakukan penjualan produk yang dijual oleh perusahaan, bahkan ada perusahaan MLM yang memberikan bonus kepada seorang member ketika member tersebut telah berhasil merekrut member baru.

Bisnis MLM mungkin kerap mendapat kritik dari berbagai golongan masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Karena disinyalir dalam praktik bisnis ini nampak menyalahi ketentuan dalam hukum Islam. Seperti halnya dalam pembagian *point* keuntungan yang terkesan eksploitasi, melalui pemanfaatan posisi yang dilakukan oleh *upline* terhadap *downline*. Di samping itu juga kebanyakan masyarakat yang langsung terjun menekuni bisnis MLM ini belum memahami sistem karakteristik bisnis secara utuh, bahkan pelaku dan pengelola bisnis ini pun tidak mengetahui perbedaan tersebut. Mereka menganggap bisnis

MLM dapat menjangkau kendala-kendala seperti fleksibilitas dalam waktu, biaya, tenaga kerja, dan lain-lain, meskipun tetap mempunyai kesulitan dalam mencari *downline* dan memasarkan barang yang diperdagangkan, namun umumnya kendala tersebut bersifat personal.

Untuk menyelesaikan persoalan ini, pada tahun 2009 lalu, MUI telah mengeluarkan fatwa terkait dengan MLM. Dengan berbagai pertimbangan, termasuk untuk meluruskan pemahaman masyarakat tentang dan melindungi mereka agar tidak terjerumus kedalam bisnis yang dilarang dalam pandangan syara'. Didalam fatwa tersebut dimuat beberapa syarat yang "wajib" dipenuhi oleh perusahaan/industri MLM agar memperoleh sertifikat halal dari MUI. Hanya saja fatwa yang dikeluarkan Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) tersebut belum menghapuskan perselisihan pandangan terhadap MLM.

Dari aspek atau jenis jasa yang dijual harus merupakan produk – produk yang halal, tidak dilarang oleh agama. Selain halal juga harus merupakan produk yang bermanfaat dan dapat diserahkan serta memiliki harga yang jelas. Walaupun MLM dikelola atau memiliki jaringan distribusi yang dijalankan orang muslim tapi apabila tidak memiliki manfaat tetap tidak sah. Sehingga banyak bermunculan MLM Syariah.

*Multi level marketing* yang berbasis syariah sedikit berbeda dengan MLM yang tidak berbasis syariah. Namun yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa yang menjalankan usahanya harus memenuhi hal – hal yang telah ditetapkan. MLM Syariah harus memenuhi prinsip-prinsip seperti tukar menukar yang

bernilai manfaat, kerelaan dari kedua pihak yang bertransaksi, tidak ada system bunga berbunga, tidak ada tipu muslihat, tolong menolong dan kerja sama.

Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) mencatat dari 650 MLM yang pernah ada di Indonesia hanya 5 yang sudah mengantongi status MLM Syariah. Ke 5 MLM itu antara lain: PT Ahad Net Internasional, PT Exer Indonesia, PT Mitra Permata Mandiri, PT K-Link Nusantara, dan PT UFO BKB Syariah<sup>5</sup>.

Kini PT.UFO BKB Syariah sudah mengembangkan sayab bisnisnya di mancanegara, seperti di Malaysia, singapura, brunai Darussalam, philipina dan lain-lain. Di kota Padang, PT UFO BKB Syariah beralamat di Jl. Alai Timur No 72 Padang.

Dari beberapa hal di atas inilah yang menarik peneliti untuk menjadi pertimbangan guna melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini diharapkan memberikan nilai tambah khususnya menyangkut masalah sistem bisnis *multi level marketing*. Kenyataan tersebut menjadikan munculnya pro dan kontra dalam menyikapi bisnis MLM di masyarakat. Dimana pada saat ini masih banyak dari mereka yang belum mengetahui seutuhnya dari sistem bisnis *multi level marketing* pada PT UFO BKB Syariah cabang Padang. Oleh karena itu, berpijak dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengetahui dan membahas lebih lanjut tentang

**“PENERAPAN PRINSIP SYARIAH DALAM BIDANG USAHA MULTI LEVEL MARKETING (MLM) PADA PT UFO BKB SYARI’AH CABANG PADANG “**

---

<sup>5</sup>Lihat [http://: multilevel-marketing.blogspot.co.id](http://multilevel-marketing.blogspot.co.id), diakses 18 Januari 2016, jam 20.40 WIB.

## B. RUMUSAN MASALAH

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang penulis ungkapkan di atas, maka rumusan masalah yang menjadi acuan penulis dalam melakukan penelitian lebih lanjut adalah:

1. Apa saja karakteristik perbedaan antara bisnis *Mutli Level Marketing* pada PT UFO BKB Syariah cabang Padang dengan *Multi Level Marketing* Konvensional
2. Bagaimana penerapan prinsip syariah pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah PT UFO BKB Syariah cabang Padang.

## C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis uraikan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui karakteristik perbedaan bisnis *Mutli Level Marketing* pada PT UFO BKB Syariah cabang Padang dengan *Multi Level Marketing* Konvensional
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip syariah pada bisnis *Multi Level Marketing* Syariah PT UFO BKB Syariah cabang Padang.

## D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam hukum perdata khususnya tentang hukum penerapan prinsip syariah pada *multi level marketing*. Dengan demikian pembaca dan peneliti lainnya akan mengetahui hukum penerapan prinsip syariah *multi level marketing*.

- b. Menambah literature dalam mempelajari hukum perdata.
2. Manfaat praktis
    - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran penelitian dalam rangka meningkatkan pengetahuan tentang hukum penerapan prinsip syariah yang bergerak di bidang *multi level marketing*.
    - b. Penulis juga berharap dengan penelitian ini dapat menambah serta memperluas wawasan pengetahuan penulis dalam karya ilmiah.

## E. METODE PENELITIAN

### 1. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *yuridis sosiologis* yaitu pendekatan masalah melalui penelitian hukum dengan melihat norma hukum yang berlaku yang akan menghasilkan teori-teori tentang eksistensi dan fungsi hukum dalam masyarakat.<sup>6</sup> Penelitian ini juga menekankan pada praktek di lapangan dikaitkan dengan aspek hukum atau perundangan-undangan yang berlaku berkenaan dengan objek penelitian yang dibahas dan melihat norma-norma hukum yang berlaku kemudian dihubungkan dengan kenyataan atau fakta-fakta yang terdapat dalam masyarakat.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif artinya penelitian yang memberikan data tentang suatu keadaan atau gejala-gejala sosial yang berkembang di tengah-tengah masyarakat yang sesuai dengan fakta dan tanpa adanya rekayasa, sehingga dengan

---

<sup>6</sup> Bambang Sunggono, 2010, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 78.



adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang menyeluruh, lengkap dan sistematis tentang objek yang akan diteliti.

### 3. Jenis dan Sumber Data

Di dalam melakukan penelitian ini, jenis data yang diperlukan adalah:

a) Data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari objek penelitian lapangan (*field research*) yaitu di PT UFO BKB Syariah cabang Padang.

b) Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library research*) yang meliputi :

#### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum ini pada dasarnya berkaitan dengan bahan-bahan pokok penelitian dan biasanya berbentuk himpunan peraturan perundang-undangan seperti :

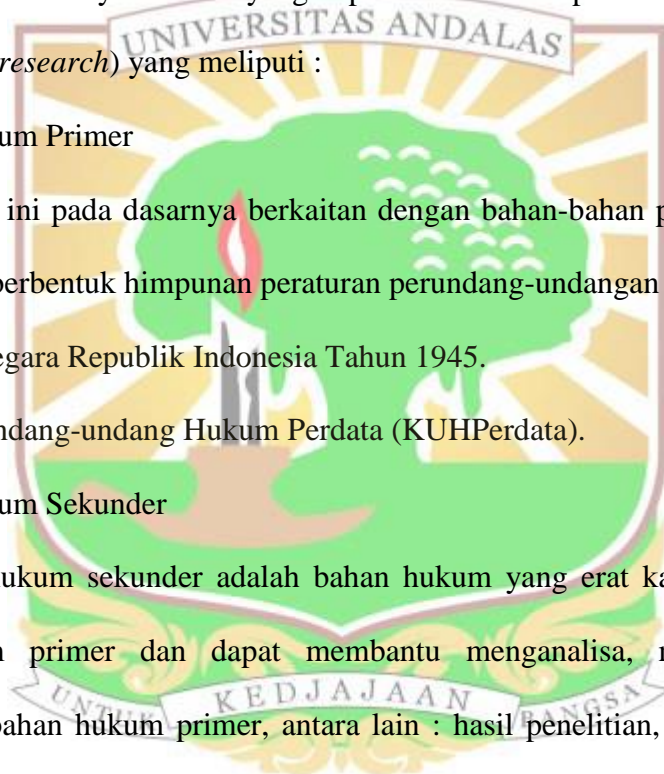
- 1) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2) Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

#### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisa, memahami dan menjelaskan bahan hukum primer, antara lain : hasil penelitian, karya tulis dari kalangan praktisi hukum dan teori serta pendapat para sarjana.

#### c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan informasi dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus hukum.



Adapun sumber data dalam penelitian ini :

a. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan (*Library Research*) merupakan penelitian yang dilakukan terhadap buku-buku karya ilmiah, undang-undang dan peraturan-peraturan terkait lainnya. Bahan penelitian kepustakaan ini diperoleh penulis dari :

1. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas
2. Perpustakaan Pusat Universitas Andalas

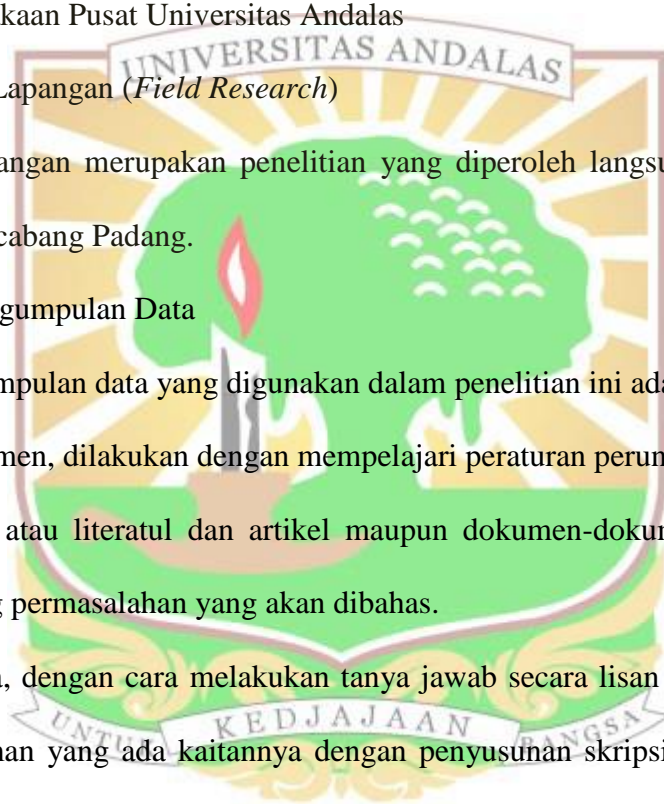
b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan penelitian yang diperoleh langsung di PT UFO BKB Syariah cabang Padang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Studi dokumen, dilakukan dengan mempelajari peraturan perundang-undangan, buku-buku atau literatur dan artikel maupun dokumen-dokumen yang dapat mendukung permasalahan yang akan dibahas.
- 2) Wawancara, dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan pada responden atau informan yang ada kaitannya dengan penyusunan skripsi ini. Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan salah seorang karyawan PT. UFO BKB Syariah cabang Padang.



## 5. Pengolahan dan Analisis Data

### a. Pengolahan data

Pengolahan data adalah kegiatan merapikan hasil pengumpulan data di lapangan sehingga siap untuk dianalisis.<sup>7</sup> Data yang diperoleh setelah penelitian diolah melalui proses *editing* yaitu meneliti dan mengkaji kembali terhadap catatan-catatan, berkas-berkas, serta informasi yang dikumpulkan oleh peneliti untuk meningkatkan mutu data yang hendak dianalisis.

### b. Analisis data

Data-data yang telah diolah sebelumnya dianalisis lebih lanjut untuk mendapatkan suatu kesimpulan dari permasalahan yang ada. Dalam hal ini akan dianalisis secara kualitatif yaitu didasarkan pada peraturan perundang-undangan, teori ahli termasuk pengetahuan yang didapatkan kemudian diuraikan dengan kalimat-kalimat.

## F. Sistematika penulisan

Dalam menyusun penulisan guna diperoleh pembahasan yang jelas dan terarah tentang skripsi ini, maka penulis mengemukakan pokok-pokok uraian-uraian dengan sistematika sebagai berikut :

## BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

---

<sup>7</sup> Bambang Waluyo, 1999, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 72.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka, berusaha untuk memberikan gambaran secara lebih mendalam terhadap kajian teoritis yang akan dipergunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari penelitian.

## **BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yaitu tentang analisis mengenai penerapan prinsip syariah bidang usaha *multi level marketing* (MLM).

## **BAB IV : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah kristalisasi hasil analisis dan interpretasi yang dirumuskan dalam bentuk pernyataan untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan, sedangkan saran merupakan usulan dari penulis yang sehubungan dengan masalah hukum yang diteliti.

