

BAB II

KERANGKA TEORI MARKETING HAJI DAN UMROH

A. Konsep Haji Dan Umroh

1. Pengertian Haji Dan Umroh

Haji (asal maknanya) adalah “menyengaja sesuatu”.Haji yang dimaksud menurut syara’ ialah “sengaja mengunjungi ka’bah untuk melakukan beberapa amal ibadah dengan syarat- syarat yang tertentu”.¹

Haji dalam pengertian istilah para ulama, ialah menuju ke ka’bah untuk melakukan perbuatan- perbuatan tertentu atau dengan perkataan lain bahwa haji adalah mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu.²

Menurut FahrudinHS.pengertian haji adalah sengaja berkunjung menziarahi ka’bah yang terletak di masjidil haram di Makkah, dengan niat menunaikan ibadah haji yaitu rukun Islam yang kelima memenuhi perintah Allah. ³

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dipahami bahwa haji adalah suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi ka’bah, dan dilakukan pada waktu tertentu serta syarat- syarat yang telah ditentukan atau ditetapkan.Kesemuanya itu dilakukan dalam rangka mentaati perintah Allah SWT dan untuk mencapai ridha-Nya.

¹Rasjid, Sulaiman, *Haji, Fiqh Islam (hukum fiqh lengkap)*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 1994, h. 247

²Thibraya, Ahmad, Mulia, Musdah, Siti, *Menyelami Selut Beluk Ibadah Dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2003. h. 227

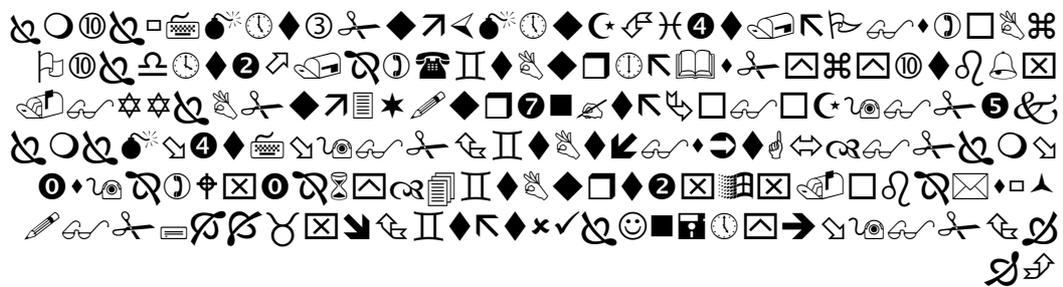
³HS. Fahrudin, *Pembinaan Mental Bimbingan Al-Qur’an*, Jakarta: Bima Aksara, 1984, h. 107

Ibadah haji tidak dilakukan disembarang tempat, disembarang waktu, dan sembarang perbuatan. Apabila haji dilakukan dalam keadaan demikian, maka hal ini bukanlah haji.

Ibadah haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 Hijriah (setelah Nabi berada di Madinah), dengan diturunkannya ayat yang berkaitan dengan kewajiban itu.

Yaitu surat Ali- Imran ayat 97, yang berbunyi:

Firman Allah SWT:



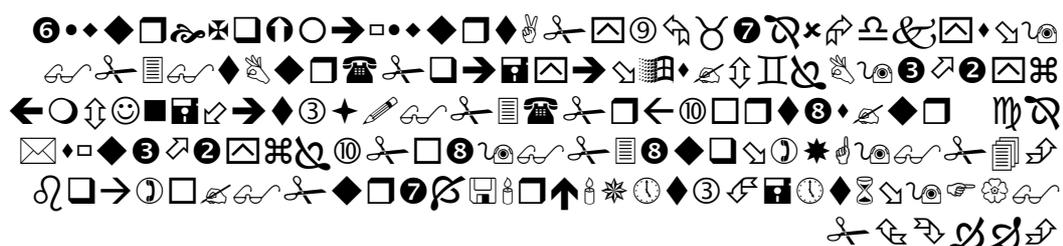
Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya, Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.(QS. Ali Imran ayat 97).⁴

Yang dimaksud “sanggup/mampu” dalam ayat tersebut adalah:

1. Mempunyai bekal
2. Fisik sehat
3. Ada sarana
4. Aman



⁴ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemahannya*, Bandung: Jabal RodhotulJanah, 2009, h. 92



Artinya: “(Musim) haji adalah beberapa bulan yang dimaklumi, barang siapa yang menetapkan niatnya dalam bulan itu akan mengerjakan haji, maka tidak boleh rafats, berbuat fasik dan berbantah-bantahan di dalam masa mengerjakan haji. Dan apa yang kamu kerjakan berupa kebaikan, niscaya Allah mengetahuinya. Berbekallah, dan sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa dan bertakwalah kepada-Ku hai orang-orang yang berakal.” (QS. Al Baqarah ayat 197)⁵

Perintah haji yang diturunkan pada tahun itu belum dilakukan oleh Rasulullah dan kaum muslimin karena adanya suatu halangan. Haji baru dapat dilakukan oleh Nabi dan kaum muslimin satu tahun kemudian, yaitu pada tahun ke-10 Hijriah. Haji inilah satu- satunya haji yang dilakukan oleh Nabi.

Ibadah haji merupakan ibadah besar yang setiap saat orang dapat menunaikannya, karena melaksanakan ibadah haji membutuhkan kekuatan fisik, disamping kekuatan dana bagi muslim yang tinggal jauh dari Makkah. Oleh karena itu Allah hanya mewajibkan bagi orang- orang yang mampu.

Adapun pengertian umrah, kata umrah berasal dari I'timar yang berarti ziarah, yakni menziarahi ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'i antara shafa dan marwa, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wukuf di Arafah.⁶

Dalam buku Bimbingan Manasik Haji Departemen Agama RI, umrah ialah berkunjung ke Baitullah untuk melakukan thawaf, sa'i dan bercukur demi mengharap ridha Allah.⁷

⁵ Departemen Agama RI, *Op. Cit.* hlm. 48

⁶ Al- Habsi, Baqir, Muhammad, *Fiqih Praktis*, Bandung: Mizan, 1999, h. 377

⁷ Departemen Agama RI, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta: 2003. h. 3

Umrah dapat dilaksanakan kapan saja kecuali pada waktu- waktu yang dimakruhkan (hari Arafah, Nahar, dan Tasyrik).

Dalam melaksanakan ibadah umrah para jamaah harus mengerjakan amalan ibadah umrah. Adapun rangkaian amalan ibadah umrah ada 4 (empat), yaitu:⁸

- a. Berihram (berniat untuk umroh) di Miqat.
- b. Melakukan *tawaf* sebanyak tujuh kali putaran.
- c. Melakukan *sa'i* antara sofa dan marwa.
- d. Mencukur atau memotong rambut.

2. Macam- Macam Haji Dan Umrah

Dalam pelaksanaannya haji terdiri dari tiga macam yaitu:

a. Haji *Ifrad*

Yaitu membedakan haji dan umrah. Ibadah haji dan umrah masing- masing dikerjakan tersendiri. Adapun pelaksanaannya, ibadah haji dilakukan terlebih dahulu setelah selesai, baru melakukan umrah dalam satu musim haji.

b. Haji *Tamattu'*

Yaitu mendahulukan umrah daripada haji dalam waktu haji. Caranya: ihram mula- mula untuk umrah dari miqat negerinya; diselesaikan semua urusan umrah, kemudian ihram lagi dari Mekah untuk haji.⁹

c. Haji *Qiran*

Yaitu melaksanakan ibadah haji dan umrah secara bersamaan. Untuk pelaksanaannya adalah melakukan ihram dari miqat dengan niat untuk haji serta umrah sekaligus dan melakukan semua pekerjaan haji.

⁸Thib raya, Ahmad, Siti Musdah Mulia, *Op. Cit.* h. 290

⁹Rasjid, Sulaiman, *Op.Cit.*, h. 262

Adapun macam- macam umrah ada dua, yaitu:

1. Umrah wajib

Adalah umrah yang dilakukan pertama kalinya dalam kaitan dengan pelaksanaan ibadah haji. Seperti diketahui, dalam melaksanakan ibadah haji kita diwajibkan untuk melakukan ibadah haji dan umrah untuk satu kesatuan.

2. Umrah sunah

Umrah sunah bisa dilakukan kapan saja mau sebelumnya atau sesudahnya. Ibadah umrah ini juga boleh dilakukan diluar musim haji, dimana tatacara pelaksanaannya sama dengan umrah wajib yang termasuk ibadah haji, setelah jamaah bertahallul maka selesailah ibadah umrah sunnah adapun yang membedakannya adalah dalam mengucapkan niatnya.

3. Rukun Haji Dan Umroh

a) Rukun Haji, yaitu:

- a. *Ihram* (berniat mulai mengerjakan haji atau umroh).
- b. Hadir di Padang Arafah pada waktu yang ditentukan, yaitu mulai tergelincir matahari (waktu Lohor) tanggal 9 bulan haji sampai terbit fajar tanggal 10 bulan haji. Artinya, orang yang sedang mengerjakan haji itu wajib berada di Padang Arafah pada waktu tersebut.
- c. *Tawaf* (berkeliling Ka'bah). *Tawaf* rukun ini dinamakan "*Tawaf Ifadah*".

Firman Allah SWT:



Artinya: "Kemudian, hendaklah mereka menghilangkan kotoran yang ada pada badan mereka dan hendaklah mereka menyempurnakan nazar-nazar mereka dan

hendaklah mereka melakukan melakukan thawaf sekeliling rumah yang tua itu (Baitullah)."(Al- Hajj: 29)¹⁰

- d. *Sa'i* (berlari- lari kecil diantara bukit Safa dan Marwah)
- e. Mencukur atau menggunting rambut. Hal ini kalau kita berpegang atas pendapat yang kuat. Sekurang- kurangnya menghilangkan tiga helai rambut. Pihak yang mengatakan bercukur menjadi rukun beralasan karena tidak dapat diganti dengan menyembelih.
- f. Menertibkan rukun- rukun itu (mendahulukan yang dahulu diantara rukun- rukun itu), yaitu mendahulukan niat dari semua rukun yang lain, mendahulukan hadir di Padang Arafah dari *tawaf* dan bercukur, mendahulukan *tawaf* dari *sa'i* jika ia tidak *sa'i* sesudah *tawaf qudum*.

Perkataan “wajib” dan “rukun” biasanya berarti sama, tetapi di dalam urusan haji ada perbedaan sebagai berikut:

Rukun: Sesuatu yang tidak sah haji melainkan dengan melakukannya, dan ia tidak boleh diganti dengan “*dam*” (menyembelih binatang).

Wajib: Sesuatu yang perlu dikerjakan, tetapi sahnya haji tidak bergantung padanya, dan boleh diganti dengan menyembelih binatang.

1. Ihram dari miqat (tempat yang ditentukan dan masa tertentu)
2. Berhenti di Muzdalifah sesudah tengah malam, di malam Hari Raya Haji sesudah hadir di Padang Arafah. Maka apabila ia berjalan dari Muzdalifah tengah malam, ia wajib membayar denda (*dam*).
3. Melontar *Jumratul 'Aqabah* pada Hari Raya Haji.

¹⁰ Departemen Agama RI, *Op. Cit.* hlm. 506

4. Melontar tiga jumrah, jumrah yang pertama, kedua, dan ketiga (*Jumrah 'Aqabah*) dilontar pada tanggal 11-12-13 bulan Haji. Tiap- tiap Jumrah dilontar dengan tujuh batu kecil. Waktu melontar ialah sesudah tergelincir matahari pada tiap- tiap hari.
 5. Bermalam di Mina.
 6. Tawaf wada' (tawaf sewaktu akan meninggalkan Mekah)
 7. Menjauhkan diri dari segala larangan atau yang diharamkan (muharramat).
- b) Rukun umrah ada lima: ¹¹
- a) Ihram serta berniat.
 - b) Tawaf (berkeliling) Ka'bah.
 - c) Sa'i diantara Bukit Safa dan Marwah.
 - d) Bercukur atau bergunting, sekurang- kurangnya memotong tiga helai rambut.
 - e) Menertibkan keempat rukun tersebut diatas.

Wajib Umroh:

- a. Ihram dari miqatnya.
- b. Menjauhkan diri dari segala muharramat atau larangan umrah, yang banyaknya sama dengan muharramat atau larangan haji.¹²

¹¹Rasjid, Sulaiman, *Op. Cit.* h. 275

¹²<http://doaharian.blogspot.com/2005/12/pengertian-umrah-dan-haji.html>, diakses pada 28 Agustus 2013, Jam 21.00 WIB

B. Konsep Dasar Marketing

Marketing ialah semua kegiatan- kegiatan usaha yang diperlukan untuk mengakibatkan terjadinya pemindahan pemilikan barang atau jasa dan untuk menyelenggarakan distribusi fisiknya sejak dari produsen awal sampai ke tangan konsumen akhir.¹³ Di sisi lain, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2000).

Tujuan dari marketing adalah mengarahkan barang- barang dan jasa- jasa ke tangan konsumen. Untuk ini diperlukan kegiatan- kegiatan tertentu. Berbagai jenis kegiatan dan proses, yang diperlukan karena spesialisasinya di dalam marketing itu disebut fungsi- fungsi marketing.

Fungsi- fungsi marketing dapat digolongkan sebagai berikut:

a. Fungsi pertukaran (*exchange*):

1. Pembelian (*buying*), ialah proses atau kegiatan yang mendorong untuk mencari penjual. Kegiatan ini merupakan timbal- balik daripada “*selling*” oleh karena itu perlu dimengerti proses atau kegiatan apa yang mengakibatkan atau mendorong untuk melakukan pembelian.
2. Penjualan (*selling*), yaitu refleksi daripada *buying*, merupakan lawan daripada pembelian. *Buying* tidak akan terjadi tanpa *selling*, *selling* tidak ada tanpa *buying*.

¹³Sigit, Soehardi, *Pemasaran Praktis (Practical Marketing)*, Yogyakarta: BPFE, 1992, h. 6

Di dalam *buying* dan *selling* itu terjadi saling mendekati, melakukan tawar-menawar, berunding, membentuk harga, dan penyerahan hak pemilikan.

b. Fungsi penyediaan fisik:

1. Transportasi, yaitu kegiatan atau proses pemindahan barang dari tempat yang satu ketempat yang lain.
2. Pergudangan (*storage*), yaitu melakukan kegiatan penyimpanan barang sejak selesai diproduksi atau dibeli sampai saat dipakai atau dijual di masa yang akan datang.

c. Fungsi fasilitas:

1. Standarisasi, yaitu apabila barang- barang (atau jasa) berpindah tempat, berpindah waktu, atau berpindah pemilik, biasanya diperlukan ketentuan- ketentuan tertentu. Standarisasi meliputi penentuan standar produk, pemeriksaan produk untuk menentukan termasuk standar yang mana dan menjeniskan barang ke dalam kelompok- kelompok standard yang telah ditentukan.
2. Pembelian (*financing*), yaitu kegiatan daripada penyediaan dana yang diperlukan oleh produsen, perantara, maupun konsumen sendiri, untuk kepentingan proses marketing.
3. Penanggung risiko (*risk-bearing*), yaitu di dalam kegiatan atau proses marketing terdapat banyak risiko seperti risiko hilang, risiko lepas pemilikan, lepas pengawasan, turun harga, rusak, terbakar atau lain sebagainya. Agar risiko dapat dihindarkan atau diperkecil, maka terjadilah pengambilan risiko yang dilakukan oleh lembaga atau orang- orang tertentu.

4. Penerangan pasar (*market information*), yaitu fungsi marketing yang sangat luas karena fungsi ini memberikan keterangan tentang situasi dagang pada umumnya, keterangan yang berhubungan dengan fungsi- fungsi *market management*, dan kegiatan- kegiatan lainnya mengenai spesialisasi- spesialisasi di dalam bidang perekonomian.¹⁴

Dalam marketing pun juga sangat penting mengenai strategi pemasaran. Strategi pemasarannya adalah sebagai berikut:

a) Pembuatan Sasaran Pemasaran

Menurut Bygrave (1996), sasaran pemasaran harus dinyatakan bagi setiap pasar sasaran dalam segi penjualan, kontribusi laba, dan tujuan kualitatif lainnya, seperti membangun citra.

b) Formulasi Strategi Pemasaran

Masih menurut Bygrave (1996) yang bukunya *The Portable MBA in Entrepreneurship* telah diterjemahkan dalam tujuh belas bahasa ini, strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran. Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel- variabel bauran pemasaran, yang terdiri atas:

- a. Produk (*product*) : barang/ jasa yang ditawarkan.
- b. Harga (*price*) yang ditawarkan.
- c. Saluran distribusi (*placement*) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia bagi para pelanggan.

¹⁴*ibid*, h. 6- 8.

- d. Promosi (*promotion*): iklan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publikasi.

C. Multi Level Marketing

MLM adalah singkatan dari *Multi Level Marketing* (Pemasaran Multi Tingkat) , yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.¹⁵

Jadi, *multi level marketing* adalah konsep penyaluran barang (produk atau jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat secara aktif sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.

Dengan kata lain, MLM sebuah metode pemasaran barang dan atau jasa dari sistem penjualan langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, di mana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang dan atau jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam kelompoknya.¹⁶

Sistem ini memiliki ciri- ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain, diantara 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 sistem ini, calon distributor semacam membeli hak untuk merekrut anggota baru, menjual produk, dan mendapatkan kompensasi dari hasil penjualan

¹⁵Kuswara, *Op.Cit*, h. 17

¹⁶*Ibid*, h. 17

mereka sendiri maupun dari hasil penjualan anggota yang direkrut (*downline*) di dalam organisasi jaringannya.

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

Ada tiga kategori utama pemasaran, yaitu eceran atau ritel (*retailing*), pemesanan lewat pos dan penjualan langsung dimana ketiganya dapat dirancang untuk penjualan MLM.

1. Eceran: Ini adalah bentuk pemasaran paling umum dewasa ini. Anda pergi ke toko dan membeli sesuatu secara eceran. Pada gilirannya, penjual eceran memperoleh produk dari salah satu dari tiga sumber: grosir atau distributor, sales rep, yang mengambil order dari manufaktur, atau langsung dari manufaktur.
2. Pemesanan Lewat Pos: Dalam sistem penjualan ini, anda membeli sesuatu dari sebuah iklan (biasanya di sebuah majalah, surat kabar, atau kadang- kadang darin TV), yang mensyaratkan anda untuk membayar lewat pos. dalam direct mail, anda menerima selebaran atau katalog lewat pos dan membelinya lewat pos juga.
3. Penjualan Langsung: Pada penjualan langsung ini, seorang sales reps sebuah perusahaan mengontak anda secara pribadi. Ia bisa jadi pegawai lepas suatu perusahaan, seorang tenaga penjualan yang mengandalkan komisi, atau seorang wirausahawan independen yang mendistribusikan produk- produk dari satu perusahaan atau lebih. Dia mungkin menghubungi anda lewat telepon,

menggunakan sistem telemarketing, dari pintu ke pintu, menjual pada sebuah pameran perdagangan atau pasar raya, menyiapkan penjualan langsung atau menjual secara langsung kepada Anda.¹⁷

Ada pula tiga macam program penjualan langsung yang utama, walaupun seringkali terjadi tumpangtindih dalam mencocokkan program- program tertentu ke dalam program penjualan langsung. Prinsipnya adalah dengan mengkategorikan perusahaan berdasarkan fokus utamanya.

- a. Program Penjualan Langsung Tradisional: Dalam program penjualan ini, orang yang terlibat dalam penjualan langsung bekerja untuk perusahaan sebagai sales reps dan biasanya diberi kewenangan operasi di suatu daerah tertentu dalam menjual produk- produk perusahaan mereka. Individu biasanya diawasi dari dekat oleh seorang perwakilan yang dikirim oleh perusahaan, bahkan mempunyai jam- jam khusus bekerja di lapangan. Kadang- kadang dia juga diberi petunjuk oleh perusahaan dan secara bervariasi bertugas ke berbagai individu, organisasi, toko atau perusahaan. Biasanya, dia hanya berusaha menjual kepada konsumen dan tidak berusaha merekrut orang lain agar turut serta dalam pemasaran produk- produknya.
- b. Party Plan: Dalam tipe program penjualan ini, si penjual seringkali disebut sebagai seorang konselor, konsultan, penasehat atau rekanan bisnis dan biasanya menjual dengan cara memamerkan barang dagangan pada sebuah pesta penjualan. Sang tenaga penjualan, biasanya perempuan, seringkali menjual produk- produk seperti piring, alat kosmetik, atau yang lebih baru, produk- produk sensual untuk orang dewasa. Pada sejumlah program party plan, para rekaman bisnis ini dikontrak

¹⁷Tracy, Brian, *MLM Sukses*, Jakarta: PT. Pustaka Delapratasa, 2008, h. 8-9

langsung oleh perusahaan: sedangkan pada program lainnya, distributor bisa merekrut orang lain, biasanya dari konsumen yang berminat menghadiri sebuah pesta penjualan. Secara khusus, rekanan penjualan mengorganisir sebuah pesta penjualan dengan cara mencari tuan rumah yang berminat mengundang beberapa teman, tetangga atau rekanan bisnisnya. Setelah pesta disiapkan, rekanan penjualan memberikan presentasi, menjual produk di pesta penjualan, dan biasanya memberikan komisi kepada tuan rumah, atau sekurang- kurangnya sejumlah hadiah dan bonus tambahan. Selanjutnya, rekanan penjualan akan melakukan tindak- lanjut terhadap para pelanggan untuk mengetahui apakah mereka tertarik menjadi tuan rumah pesta berikutnya atau bahkan ingin menjadi seorang sales reps.

- c. **Bisnis Wirausaha:** Program semacam ini pada dasarnya menciptakan peluang bagi diri sendiri. Anda membeli sejumlah produk secara borongan dari sebuah manufaktur atau melakukan pengaturan dalam mengamankan suatu jasa keseluruhan penjualan. Kemudian anda menjual secara langsung, semau anda sendiri kepada teman, rekanan bisnis, di pasar loak, pada sebuah rapat, dan sebagainya. Di sini, anda bukanlah seorang distributor sebuah perusahaan karena memasarkan produk atas nama anda sendiri. Anda tidak mempunyai panduan pemasaran dari perusahaan yang harus dipatuhi.¹⁸

Perbedaan antara bisnis *Multi Level Marketing* dengan beberapa usaha yang berkedok *Multi Level Marketing*. Pada tahun 90-an, misalnya, banyak terkuak kasus-kasus penipuan yang melibatkan miliaran rupiah dana masyarakat, seperti kasus PT. Banyumas Mulia Abadi (BMA), Danasonic, dan Kospin yang pernah berkembang di

¹⁸*Ibid*, h. 10-12

Indonesia.¹⁹Sebenarnya mereka bukanlah bisnis multi level marketing, tetapi usaha-usaha yang berkedok MLM.Usaha yang lebih dekat pada *money game* (permainan uang), arisan berantai, atau skema piramid. Bagi orang awam mungkin akan sulit membedakannya, sehingga tidak menyadari hal ini. Cara kerja mereka dianggap samasaja dengan cara kerja usaha MLM yang asli. Padahal, mereka hanya menggunakan nama MLM untuk meraup dana masyarakat secara besar- besaran.

Sebenarnya secara makna saja, MLM, money game dan arisan berantai sangat jauh berbeda. MLM adalah pemasaran dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*) dari produsen ke konsumen melalui multi leveljaringan.Jadi, intinya ada pada kata “pemasaran” bukan *multi level*-nya.*Money game* intinya ada pada “*game*” dan kalau ‘arisan berantai’ intinya ada pada “arisan”nya. Keduanya sama sekali tidak termasuk dalam kategori pemasaran. Dengan demikian bukan varian dari MLM.²⁰

Perbedaan MLM dan Sistem Piramida

No	MLM	Sistem Piramida
1	Sudah dimasyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak Negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan system ini, bahkan pengusahanya ditangkap pihak yang berwajib.
2	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai level bawah.	Hanya menguntungkan bagi orang- orang yang pertama atau lebih dulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang

¹⁹Kuswara, *Op.Cit*, h. 21

²⁰*Ibid*, h. 22.

		mendaftar belakang.
3	Keuntungan atau keberhasilan distributor ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan atau pembelian produk atau jasa yang bernilai dan berguna untuk konsumen	Keuntungan atau keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk satu format piramida
4	Setiap orang hanya berhak menjadi distributor sebanyak satu kali saja.	Setiap orang boleh menjadi anggota berkali-kali dalam satu waktu tertentu, menjadi anggota disebut dengan “membeli kavling”, jadi satu orang boleh membeli beberapa kavling.
5	Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal, masuk akal dan imbalannya adalah Starter Kit yang senilai.	Biaya pendaftaran anggota sangat tinggi, biasanya disertai dengan produk- produk yang jika dihitung harganya menjadi sangat mahal (tidak sesuai dengan produk sejenis yang ada dipasaran).
6	Keuntungan yang didapat distributor dihitung berdasarkan hasil penjualan dari setiap anggota jaringannya.	Keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan sistem rekruting sampai terbentuk format tertentu.
7	Jumlah orang yang direkrut	Jumlah anggota yang direkrut dibatasi. Jika

	anggota tidak dibatasi, tetapi dilanjutkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing	ingin merekrut lebih banyak lagi, yang bersangkutan harus menjadi anggota (member kavling) lagi.
8	Setiap distributor sangat tidak dianjurkan bahkan dilarang menumpuk barang karena di dalam jualan langsung yang terpenting adalah produk yang dibeli bisa dipakai dan dirasakan khasiat/ kegunaannya oleh konsumen.	Setiap anggota dianjurkan untuk menjadi anggota berkali-kali dimana setiap kali menjadi anggota harus membeli produk dengan harga yang tidak masuk akal. Hal ini menyebabkan banyak sekali anggota yang menimbun barang dan tidak dipakai.
9	Program pembinaan distributor sangat diperlukan agar didapat anggota yang berkualitas tinggi.	Tidak ada program pembinaan apapun juga, kaena yang diperlukan hanya rekruting saja.
10	Pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting, karena produk harus dijual sampai ke tangan konsumen.	Tidak ada pelatihan produk, sebab komoditas hanyalah rekrut keanggotaan. Produk dalam sistem ini hanyalah suatu kedok saja.
11	Setiap up line sangat berkepentingan dengan meningkatnya kualitas dari pada downlinenya, kesuksesan seorang	Para up line hanya mementingkan rekruting orang baru saja. Apakah downline berhasil atau tidak, bukanlah merupakan perhatian

	distributor dapat terjadi jika downlinenya sukses. Keberhasilan upline ikut ditentukan dari keberhasilan downline.	dari upline.
12	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik dimana setiap distributor harus terus melakukan pembinaan untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	Bukan merupakan suatu peluang usaha, karena yang dilakukan lebih menyerupai untung-untungan, di mana yang perlu dilakukan hanyalah membeli kavling dan selanjutnya hanyalah menunggu.

Sumber: apli.or.id

