

**PENERAPAN FATWA DSN MUI (DEWAN SYARIAH
NASIONAL - MAJELIS ULAMA INDONESIA) NO. 75
TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG
BERJENJANG SYARIAH
(Studi Member PT. Orindo Alam Ayu)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata (S.1)
Dalam Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:
Fatma Nurrohmah
1902036167

**HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Prof. Dr. Hamka, km 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan, Semarang, 50185,
telp (024) 7601291

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Naskah Skripsi
An. Sdr. Fatma Nurrohmah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syaria'ah dan Hukum UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melalui proses bimbingan dan perbaikan, bersama ini saya menyetujui naskah skripsi Saudari :

Nama : Fatma Nurrohmah
NIM : 1902036167
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Judul : "Penerapan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang
Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Pada PT.
Orindo Alam Ayu Cabang Purwokerto)"

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 29 Mei 2023

Pembimbing I

12/6/2023

Dr. H. Nur Khoirun, M.Ag.
NIP. 196308011992031001

Pembimbing II

Raden Arfan Rifqiawan, M.Si.
NIP. 198006102009011009

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka, km 2 Semarang, telp (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Fatma Nurrohmah
NIM : 1902036167
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul skripsi : Penerapan Fatwa DSN MUI (Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia) No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Member PT. Orindo Alam Ayu)

Telah dimunaqosyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 22 Juni 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) tahun akademik 2022/2023.

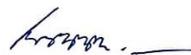
Ketua Sidang


Ismail Marzuki, MA., HK.
NIP. 198308092015031002

Penguji I


Ali Maskur, SHL., MH.
NIP. 197603292016011901

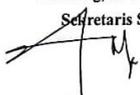
Pembimbing I


Dr. H. Nur Khoirin, M.Ag.
NIP. 196308011992031001



Semarang, 22 Juni 2023

Sekretaris Sidang


Raden Arfan Rifqiawan, M.Si.
NIP. 198006102009011009

Penguji II


M. Abdur Rosyid Albana, Lc., MH
NIP. 198310242019031005

Pembimbing II


Raden Arfan Rifqiawan, M.Si.
NIP. 198006102009011009

MOTTO

لَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ إِنَّهُ
بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ

“Kalau saja Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hambaNya maka mereka akan berbuat melampaui batas di bumi, tetapi Dia menurunkan dengan ukuran yang Dia inginkan. Sesungguhnya Dia Maha Teliti terhadap (kondisi) hamba-hambaNya, (dan) Maha Melihat.”

(Q.S. Asy-Syūrā : 27)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah Swt. Segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa dihaturkan untuk Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya,

beliau Bapak Slamet Solichan dan Ibu Anirochatun

Mereka adalah orang tua terhebat yang sangat berjasa dalam hidup saya, berkat kasih sayang, do'a, usaha, serta dukungan yang diberikan tanpa henti dari keduanya menjadikan saya dapat berada pada titik sekarang ini.

Semoga selalu dalam lindungan-Nya.

Kepada semua keluarga dan juga teman-teman seperjuangan tentu tidak lupa saya ucapkan terimakasih atas segala ilmu, dukungan dan semangatnya.

Teriring do'a: *Jazakumullahu Ahsanul Jaza'*

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fatma Nurrohmah

NIM : 1902036167

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Syariah dan Hukum

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini murni hasil karya penulis yang ditulis oleh penulis dengan penuh kejujuran dan penuh rasa tanggung jawab tanpa adanya plagiasi dari karya orang lain atau karya yang sudah diterbitkan sebelumnya, kecuali pada referensi yang digunakan penulis sebagai sumber bahan rujukan.

Semarang, 19 Mei 2023



Fatma Nurrohmah
NIM : 1902036167

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi Arab-latin ini berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987, tertanggal 22 Januari 1988. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut :

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamza h	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	أَي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

C. Ta' Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة

ditulis

mar'atun

jamilah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

ditulis

fatimah

D. Syaddad (Tasydid geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا

ditulis

rabbana

البر

ditulis

al-birr

E. Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>Asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>As-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	Ditulis	<i>al-badi</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalal</i>

F. Huruf *Hamzah*

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan akan tetapi jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /’/

امرت

Ditulis

Umirtu

شيء

Ditulis

Syai’un

ABSTRAK

Bisnis MLM merupakan suatu metode penjualan barang maupun jasa dengan menggunakan pemasaran *network marketing* atau pola penjualan berjenjang. Berdasarkan sistem tersebut setiap member memperoleh penghasilan dari hasil penjualan produk, perekrutan anggota baru, serta pembinaan terhadap jaringannya. Bisnis MLM dalam syariah Islam diatur dalam fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Penelitian ini bermula dari kegelisahan penulis serta masyarakat yang sempat bergabung dengan suatu bisnis di PT. Orindo Alam Ayu dan merasa ragu dengan sistem kinerja yang ada pada perusahaan tersebut. Penulis merasa bingung dengan sistem kinerja yang diterapkan dalam perusahaan tersebut apakah sudah sesuai dengan ketentuan hukum yang ada di dalam Fatwa MUI atau belum, apalagi di profil perusahaan tidak menerangkan bahwa telah menerapkan prinsip syariah, sehingga penulis tertarik untuk menganalisis hal tersebut.

Dengan adanya masalah tersebut penulis ingin membahas mengenai: 1) Sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu; 2) Analisis Fatwa MUI terhadap sistem kinerja di PT. Orindo Alam Ayu. Adapun jenis penelitian masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif-empiris dan menggunakan jenis data kualitatif dimana penulis menganalisis data yang ada di lapangan dengan studi pustaka berupa Fatwa MUI, kemudian data yang dihasilkan berupa kata-kata serta tidak menekankan pada angka. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, *observasi*, serta dokumentasi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem kinerja yang diterapkan di perusahaan sudah sesuai dengan ketentuan hukum serta ketentuan akad dalam Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Kata kunci : MLM, Syariah, Fatwa MUI, PT. Oriflame

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, ungkapan rasa syukur dari penulis senantiasa terpanjatkan kepada ilahi rabbi Allah SWT yang tanpa henti melimpahkan nikmat, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir ini. Sholawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah berjuang dengan kesabaran dan kemurahan hati menuntun umat manusia sehingga dapat menapaki jalan kebenaran menuju Allah SWT sebagai satu-satunya Tuhan seluruh alam. Beliaulah Rasulullah Muhammad SAW yang kita agunng-agungkan dan kita nanti-nantikan syafa'atnya kelak pada hari dimana manusia tidak dapat berbuat apa-apa, yaitu hari kiamat.

Setelah melalui beberapa proses yang cukup lama, akhirnya skripsi yang disusun guna melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Walisongo Semarang dapat terlaksana dengan baik, dengan judul “Penerapan Fatwa DSN MUI (Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia) No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Member PT. Orindo Alam Ayu)”.

Perkembangan jenis bisnis MLM di Indonesia semakin beragam. Biasanya MLM sering disebut sebagai *Network Marketing* atau sistem pemasaran berjenjang. Semakin luas jaringan pemasaraan yang bentuknya berjenjang maka keuntungan yang akan diperoleh semakin besar pula. Tidak menggunakan istilah laba seperti layaknya dalam sistem jual beli biasa tetapi lebih sering menggunakan istilah bonus ketika kita mampu merekrut anggota baru untuk bergabung dalam bisnis tersebut. Banyak jenis bisnis MLM yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai salah satu pilihan yang dapat mendatangkan keuntungan yang besar. Banyak masyarakat yang mengikuti bisnis tersebut, mulai dari kalangan masyarakat biasa, mahasiswa, bahkan pejabat. Bisnis MLM dianggap fleksibel dan tidak terlalu rumit apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, oleh karena itu bisnis MLM dikembangkan lagi kedalam model bisnis MLM syariah. Dengan berpedoman terhadap ajaran Islam yang terhindar dari riba, maysir, gharar, serta kemudharatan lainnya, DSN MUI kemudian membuat suatu fatwa untuk dijadikan sebagai acuan bisnis MLM Syariah. Dibentuklah suatu fatwa No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Salah satu bisnis yang menerapkan metode MLM ialah PT. Orindo Alam Ayu yang berasal dari negara Swedia dengan nama Oriflame. Berdasarkan sistem kinerjanya bisnis ini menerapkan metode MLM. Masyarakat Indonesia pada khususnya masih

meragukan terhadap bisnis tersebut apakah sesuai dengan syariah Islam dengan menerapkan metode MLM syariah atau belum. Disisi lain, perusahaan tersebut juga telah mendapatkan sertifikat dari Fatwa MUI bahwa dalam pelaksanaan bisnisnya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tetapi dalam profil perusahaan tidak dicantumkan hal tersebut, ini membuat masyarakat gelisah.

Setelah penulis melakukan penelitian terhadap bisnis tersebut, dan melakukan analisis menggunakan Fatwa MUI terutama dalam hal pendaftaran member, praktik penjualan produk, pembagian bonus dan lainnya. Menurut analisis penulis, hal tersebut sudah sesuai dengan apa yang ada dalam ketentuan hukum Fatwa MUI NO. 75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Oleh karena itu, skripsi ini dapat digunakan untuk menjawab kegelisahan penulis dan masyarakat terkait sistem kinerja bisnis di PT. Orindo Alam Ayu.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait, tentu tidak akan mudah penulis menyelesaikan skripsi ini. Dengan demikian penulis menyampaikan terimakasih dan rasa hormat kepada Bapak Dr. H. Nur Khoirin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Raden Arfan Rifqiawan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang sangat bermanfaat dan membantu untuk penyusunan skripsi ini. Ibu Fenny Bintarawati, M.H. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan terhadap judul skripsi ini. Kepada Muhamad Anas Fauzy serta Ummi

Nur Khalimah yang telah berkenan membantu meluangkan ide-ide serta membantu mencarikan referensi materi untuk skripsi ini. Semua pihak Oriflame yang telah berkenan membantu penulis dalam memberikan data yang valid untuk melengkapi skripsi ini. Serta pihak-pihak lain yang tidak disebutkan yang ikut berkontribusi dalam kepenulisan skripsi ini.

Semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari apa yang sudah mereka berikan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi bahasa maupun isinya, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, 02 Juni 2023



Fatma Nurrohmah
NIM 1902036167

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Penelitian	20
BAB II	22

FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH	22
A. Profil MUI	22
1. Sejarah MUI	22
2. Struktur Kepengurusan MUI	25
B. Pengertian dan Kedudukan Fatwa	26
1. Pengertian Fatwa	26
2. Kedudukan Fatwa	28
3. Macam-macam Fatwa	33
4. Kehujjahan Fatwa MUI berkaitan dengan MLM Syariah	35
5. Metode Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)	38
6. Peran Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 dalam Menjamin Keamanan dan Kehalalan Bermuamalah dengan Sistem <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	41
C. Fatwa DSN MUI NO. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	43
1. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang	43
2. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	45
3. Perbedaan MLM dan MLM Syariah	47

4. Ketentuan Hukum Fatwa DSN MUI.....	49
5. Ketentuan Akad Fatwa DSN MUI	54
BAB III	58
GAMBARAN UMUM SISTEM PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG DI PT. ORINDO ALAM AYU	58
A. Profil Perusahaan	58
1. Sejarah dan Profil Perusahaan.....	58
2. Hak dan Kewajiban Oriflame.....	62
B. Produk Oriflame	64
C. Mekanisme Sistem Kinerja di PT. Orindo Alam Ayu	67
1. Member Oriflame.....	69
2. Metode Penjualan Produk	81
BAB IV	93
ANALISIS PENERAPAN FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TERHADAP MLM PT. ORINDO ALAM AYU	93
A. Analisis Ketentuan Hukum Fatwa MUI terhadap PT. Orindo Alam Ayu	93
B. Analisis Akad dalam Fatwa MUI yang diterapkan oleh PT. Orindo Alam Ayu	101
BAB V	108

PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
C. Penutup	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi merupakan faktor penentu bagi kesejahteraan masyarakat, adanya berbagai perusahaan adalah sarana untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Di Indonesia, orang lebih cenderung melakukan bisnis untuk mendukung kondisi ekonomi. Selain karena kondisi masyarakat sedang terpuruk, munculnya bisnis perusahaan yang menjanjikan dapat menjadi faktor penentu minat masyarakat.

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki berbagai peranan yang vital dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Bisnis menjadi salah satu motif sebagai pendorong untuk mempengaruhi kehidupan masyarakat baik dalam bentuk sosial, ekonomi dan sebagainya. Bisnis berkaitan dengan membangun relasi dan kontrak antar individu maupun kelompok yang memiliki perjanjian antara kedua belah pihak.

Selain memuaskan kebutuhan manusia, tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Dengan adanya keuntungan, perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya bahkan mengembangkan usahanya menjadi lebih maju dan besar. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu berusaha menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, tetapi dengan harga yang relatif murah, dan menentukan strategi pemasaran yang baik.

Salah satu bentuk bisnis yang masih populer dikenal masyarakat di jaman modern ini adalah *multi level marketing* atau disebut MLM yang merupakan salah satu cabang dari *direct selling*. Bisnis ini

memiliki perbedaan dalam beroperasi dengan bisnis pada umumnya, karena didalam bisnis ini konsumen menempatkan model pembelian produk atau jasa yang ditawarkannya, sesuai dengan sugesti untuk memperoleh keuntungan yang tinggi terhadap produk atau jasa yang dipakainya. Bisnis MLM ini termasuk ke dalam bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan atau jasa yang menggunakan sistem MLM dalam strategi bisnisnya. Pada umumnya MLM merupakan bentuk perniagaan yang dijalankan secara bertingkat-tingkat sehingga terdapat istilah *upline* (tingkatan atas) dan *downline* (tingkatan bawah), seseorang dinamakan *upline* karena ia memiliki *downline*. *Upline* dan *downline* akan memperoleh bonus yang didapatkan dari hasil menjual produk dan bisa juga melalui jasa dari merekrut anggota baru ditambah dengan bonus dari akumulasi poin dalam jaringannya.¹ MLM itu sendiri, ialah suatu cara untuk memasarkan barang dan/atau jasa dengan sistem penjualan langsung melalui program pemasaran dalam format multi level di mana mitra usaha menerima komisi penjualan dan bonus penjualan atas penjualan barang dan/atau jasa dari mereka sendiri dan anggota jaringan dalam kelompok mereka.

Cukup banyak jenis MLM yang berkembang di Indonesia. Sehingga banyak masyarakat yang masih tergiur bergabung demi meraup keuntungan dalam waktu singkat. Bisnis ini menjadikan sebuah pilihan alternatif yang dianggap sangat menggiurkan dan menjanjikan. Jadi tidak mengherankan jika pertumbuhannya begitu cepat di Indonesia. Dalam bisnis ini tidak membatasi barang tertentu yang diperjualbelikan, mulai dari minuman, makanan, kosmetik,

¹ Asyura, dkk., *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 1.

kecantikan, obat-obatan, dan lain sebagainya.² Perkembangan sektor bisnis MLM di Indonesia berdampak positif untuk kemajuan ekonomi. Bangsa Indonesia mendapatkan industri ini dengan menyediakan sumber mata pencaharian bagi setidaknya 4,5 juta jiwa bahkan lebih. Akan tetapi, pencapaian ini sering kurang mengalami persepsi positif di masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena kegiatan ilegal yang merajalela yang telah merugikan banyak orang dengan mengatasnamakan MLM sebagai bisnisnya, sehingga menilai buruk terhadap bisnis tersebut.³

Program-program MLM setiap tahunnya semakin berkembang dengan pesat dikarenakan program-program multi level marketing ini memberikan potensi besar untuk memperoleh pemasukan (*income*) bagi mitra usaha perusahaan. Mitra usaha dalam MLM menciptakan sebuah organisasi sebagai wahana memasarkan produk atau jasa. Penghasilan didasarkan pada apa yang diperoleh anggota tim maupun usaha sendiri. Mitra usaha bisa mengembangkan suatu organisasi penjualan yang sangat besar. Proses pengembangan organisasi ini mengandung makna bahwa mitra usaha ikut berperan dalam membantu pendistributuran produk-produk perusahaan sehingga sukses. Dengan kata lain prinsip utama bisnis MLM adalah bahwa akan berhasil jika ikut membantu orang lain dalam meraih keberhasilan. MLM merupakan suatu cara perniagaan alternatif yang berkaitan dengan pemasaran yang dilakukan dengan banyak tingkatan

² Hafidz Muftisany, *Pernah Bisnis MLM Haram?*, (Intera, 2021), 1.

³Luqman Nurhizam, "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)", *Tawazun*, vol. 2, no. 2 (September, 2019), 184.

(level) atau biasa dikenal dengan sebutan penjualan langsung berjenjang. Hal penting dari bisnis MLM digerakkan dengan jaringan ini, ada yang berbentuk vertikal maupun horizontal serta gabungan di antara keduanya.⁴

Di negara yang penduduknya mayoritas Islam, pergerakan ekonomi syariah atau bisnis syariahnya lebih diutamakan. Tidak terkecuali dengan bisnis MLM pun ada juga yang berbasis syariah atau lebih dikenal dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Sofwan Jauhari salah satu anggota Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengatakan bahwa MLM berbasis syariah di Indonesia baru dikenalkan DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah. Penekanan PLBS ini bukan hanya pada produknya tetapi lebih menekankan pada cara kerja yang sesuai syariat Islam.⁵

Dijelaskan didalam al-Qur'an, segala jenis jual beli dalam Islam termasuk kategori *mu'amalah* yang hukum asalnya adalah diperbolehkan asalkan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah Islam. Dituangkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”(Q.S. 2 [Al-Baqarah] : 275)⁶

Terdapat juga dalam QS. An-Nisa ayat 29 :

⁴ *Ibid.*

⁵ Lita Anggraeni, *Penyebaran Bisnis MLM di Kalangan Mahasiswa*, (Yogyakarta: Milenila, 2019), 3.

⁶ <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/275> diakses pada 10 September 2022 pukul 22.49 WIB

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu*” (Q.S. 4 [Al-Nisa’] : 29)⁷

Dari kedua ayat tersebut dijelaskan bahwa segala macam bentuk jual beli adalah boleh, selagi tidak mengandung unsur riba dan juga dilakukan dengan saling rela antara penjual dan pembeli. Terdapat juga kaidah dari para ulama fiqih yang sama mengenai hal jual beli ini di antaranya “Hukum pokok dari *mu’amalah* adalah *ibahah* (boleh) kecuali apabila ada dalil yang mengharamkannya”.⁸

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran dengan sistem MLM adalah PT. Orindo Alam Ayu. Perusahaan ini menaungi produk Oriflame dari negara Swedia yang merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang bergerak dalam bidang MLM. Perusahaan nampak berlomba dalam menawarkan kualitas pelayanan yang terbaik. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya.⁹ Sudah banyak masyarakat yang bergabung dengan bisnis Oriflame ini. Namun masih banyak orang yang belum mengetahui. Apakah bisnis Oriflame ini sesuai dengan prinsip syariah atau tidak. Ini menimbulkan pertanyaan dan keraguan dikalangan masyarakat sekitar serta masyarakat yang

⁷ <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29> diakses pada 10 September 2022 pukul 22.55 WIB

⁸ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*, 74.

⁹ Yulia, 2019, *Mengenal PT. Orindo Alam Ayu*

sudah bergabung dengan bisnis ini. Jika dilihat dari profil perusahaan belum ada yang menjelaskan bahwa perusahaan ini telah menerapkan sistem MLM syariah. Sedangkan PT. Orindo Alam Ayu sendiri sudah mendapatkan sertifikat kesesuaian syariah dengan nomor SK No. 020.142.01/DSN-MUI/X/2022 dari MUI. Sebagaimana kita ketahui, ketentuan akan bisnis MLM yang sesuai syariah tertuang dalam Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Dari sini penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam terkait masalah diatas dengan judul **“Penerapan Fatwa DSN MUI (Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia) No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Member PT. Orindo Alam)”** sebagai tugas akhir di bangku perkuliahan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan di dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Bagaimana sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu?
2. Bagaimana pandangan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem kinerja pada bisnis MLM PT. Orindo Alam Ayu.

2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bisnis MLM berbasis syariah serta mengetahui secara detail dan mendalam mengenai sistem kinerja pada PT. Orindo Alam.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa menjadikan tambahan pengetahuan terkait dengan bisnis MLM syariah dan sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak PT. Orindo Alam Ayu dalam melakukan bisnis MLM yang sesuai dengan aturan syariat Islam yang dituangkan dalam fatwa DSN MUI NO. 75 Tahun 2009.

4. Bagi Instansi Terkait (DSN MUI/DPS)

Dengan adanya penelitian ini, maka dapat memberikan gambaran kepada instansi terkait akan sistem kinerja MLM di lapangan terutama pada PT. Orindo Alam Ayu. Serta dapat menjadi referensi dalam memilih MLM yang sudah sesuai dengan prinsip syariah dan yang belum menerapkannya.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan pembahasan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga tidak terjadi pengulangan dan plagiasi karya ilmiah yang ada. Dalam hal ini tentang permasalahan Fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap Bisnis PT. Orindo Alam Ayu.

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Denny Ruliansyah pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk *Multi Level Marketing* Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)”. Dalam penelitian tersebut penulis memfokuskan penelitiannya pada bisnis jaringan MLM syariah khususnya shad network sebagai praktek nyata dari kegiatan bisnis jaringan nirwalaba pribadi terhadap peningkatan kesejahteraan anggotanya. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sistem penerapan yang diatur oleh perusahaan Shad Network sangat mudah dan sederhana serta berlandaskan dengan aturan DSN-MUI dan diawasi dengan Dewan Pengawas Syariah. Mitra MLM Syariah Shad Network Cabang Aceh Besar juga termasuk dalam kategori sejahtera, dikarenakan kesejahteraan dapat diukur dari segi kesehatan, keadaan ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup masyarakat. Dalam skripsi tersebut fokus pembahasannya lebih mengarah kepada kesejahteraan bagi para pelaku yang ada. Sedangkan dalam skripsi yang akan penulis susun lebih menganalisis mengenai Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009

tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam segi sistem kinerja yang berlaku di PT. Orindo Alam Ayu.¹⁰

Skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pada MLM Syariah PT. Ahad-net Internasional” yang ditulis oleh Sunarno pada tahun 2010. Dalam skripsi ini penulis menganalisis secara kritis MLM Syariah PT. Ahad-net Internasional dari sudut pandang hukum Islam, terutama dari hal sistem penetapan harga. Hal yang membedakan skripsi tersebut dengan skripsi penulis yaitu pada tempat dan responden pengguna. Selain itu juga pada skripsi ini lebih membahas ke sistem penetapan harga yang ditinjau secara umum dalam hukum Islam. Belum menggunakan aturan yang ada yakni fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 sedangkan dalam skripsi yang akan dibahas oleh penulis akan diuraikan bisnis MLM pada PT. Orindo Alam Ayu lebih detail berdasarkan fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah sebagai dasar acuannya dan akan fokus membahas mengenai praktik kerjanya.¹¹

Dalam skripsi yang ditulis oleh Maharani dengan judul “Eksistensi *Multi Level Marketing* Tiens Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota di Kota Parepare”. Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai cara peningkatan kesejahteraan anggota Tiens Syariah di kota Parepare. Pada skripsi ini memiliki perbedaan dengan

¹⁰ Muhammad Denny R., *Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)*, (Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN ar-Raniry Banda Aceh, 2019), 9.

¹¹ Sunarno, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pada MLM Syariah PT. Ahad-net Internasional*, (Surakarta: Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010), 3

skripsi yang akan dibahas oleh penulis. Selain beda dari sisi objek penelitian, yakni dalam skripsi yang ditulis oleh Maharani objek penelitian dilakukan dengan PT Tiens Syariah sedangkan objek penelitian yang akan dibahas oleh penulis yakni PT Orindo Alam Ayu. Selain itu juga dalam skripsi Maharani fokus pada peningkatan kesejahteraan anggota PT Tiens syariah, sedangkan dalam skripsi yang akan dibahas kali ini lebih mengenai sistem kinerja yang fokusnya dalam memperbanyak member atau justru lebih fokus pada penjualan produknya.¹²

Skripsi karya Siti Nurhasanah dengan judul “Pengaruh Persepsi Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran MLM Syariah Produk HNI HPAI (Halal Network Internasional/ Herba Penawar Alwahida Indonesia) Terhadap Keputusan Pembeli pada Konsumen *Business Center* HNI HPAI Cikarang Utara”. Dalam skripsi tersebut membahas mengenai pengaruh persepsi labelisasi halal pada kemasan produk dan strategi sistem MLM Syariah terhadap keputusan pembelian produk. Berbeda dengan skripsi yang ditulis oleh penulis selain objeknya yang berbeda juga dalam skripsi ini penulis akan berfokus pada metode penjualan yang fokusnya hanya memperbanyak member dan fokus menjual produk tanpa meneliti pengaruh labelisasi halal pada kemasan produknya.¹³

¹² Maharani, *Eksistensi Multi Level Marketing Tiens Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota di Kota Parepare*, (Parepare: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare, 2020), 4.

¹³ Siti Nurhasanah, *Pengaruh Persepsi Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran MLM Syariah Produk HNI HPAI (Halal Network Internasional/ Herba Penawar Alwahida Indonesia) Terhadap Keputusan Pembeli pada Konsumen Business Center HNI HPAI Cikarang Utara*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung), 9-10.

Dari skripsi yang ditulis oleh Handiny Eka Pertiwi yang berjudul “Kode etik MLM sektor kecantikan berdasarkan peraturan menteri perdagangan RI Nomor 32/m-dag/per/8/2008 (studi kasus pada PT Orindo Alam Ayu)” membahas mengenai kode etik pada bisnis MLM khususnya di Oriflame yang pada dasarnya sudah mempunyai standar peraturan kode etik sendiri, tetapi ada beberapa oknum member oriflame yang melanggar kode etik tersebut. Nah penulis tersebut akan meninjau dari peraturan kode etik perusahaan yang sudah dibuat dan juga dari segi peraturan menteri perdagangan RI nomor : 32/m-dag/per/8/2008 tentang penyelenggaraan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem penjualan langsung. Dalam skripsi tersebut tidak membahas dari sudut pandang hukum Islam dan Fatwa DSN MUI. Sedangkan untuk skripsi yang akan saya tulis itu akan membahas mengenai PT. Orindo alam ayu atau perusahaan oriflame yang sudah diberikan sertifikasi halal pada perusahaannya oleh DSN MUI, tetapi di dalam profil perusahaannya belum memperkenalkan bahwa perusahaan tersebut termasuk MLM syariah, dan penulis akan menganalisis tentang sistem kerjanya dengan meninjau dari hukum islamnya terutama dari Fatwa DSN MUI NO 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung berjenjang syariah.¹⁴

Jurnal dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Orindo Alam Ayu Medan” yang ditulis oleh beberapa penulis diantaranya Titi Rosalina Manalu, Winarto, Kristanty Nadapdap dari Fakultas Ekonomi Universitas

¹⁴ Handiny Eka P., *Kode etik MLM sektor kecantikan berdasarkan peraturan menteri perdagangan RI Nomor 32/m-dag/per/8/2008 (studi kasus pada PT Orindo Alam Ayu)*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta, 2016), 6-7.

Methodist Indonesia. Jurnal tersebut membahas mengenai kualitas pelayanan pegawai yang akan ditinjau dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, yang mana berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Orindo Alam Ayu Cabang Medan baik secara persial dan simultan. Dari jurnal tersebut terdapat perbedaan dengan skripsi yang akan ditulis, jika skripsi penulis akan membahas terkait perusahaan PT. Orindo Alam Ayu yang mana sudah diberikan sertifikasi halal oleh DSN MUI yang terdapat di dalam fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tetapi dalam profil perusahaannya belum diidentifikasi bahwa perusahaan tersebut termasuk bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang syariah atau halal.¹⁵

Dari beberapa uraian penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas, dan dari hasil pencarian penulis terhadap judul skripsi yang relevan dengan skripsi yang akan penulis bahas, penulis belum menemukan skripsi yang membahas mengenai tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap PT. Orindo Alam Ayu yang telah diberikan sertifikasi halal oleh MUI tetapi di dalam profil perusahaannya belum mencantumkan bahwa perusahaan tersebut termasuk MLM syariah, dan penulis akan menganalisis tentang sistem kinerjanya. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa judul skripsi yang penulis ajukan belum pernah diangkat dalam penulisan skripsi atau penelitian sebelumnya.

¹⁵ Titi Rosalina M., dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Orindo Alam Ayu Medan”, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, vol. 5, no. 1, (2019), 59.

F. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan kajian yang dapat ditanggung jawabkan serta agar penelitian berjalan sesuai dengan kaidah yang berlaku, maka dalam menelaah, pengumpulan data, dan penjelasan dalam skripsi ini, penyusun menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif-empiris, jenis penelitian ini dilakukan secara langsung dan diperoleh dari pustaka. Pokok kajiannya yakni pelaksanaan atau penerapan ketentuan hukum dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi di masyarakat untuk mendapatkan tujuan yang sudah ditentukan. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif merupakan suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.¹⁶

Oleh karena itu, pada penelitian ini terdapat gabungan dua tahap kajian diantaranya:

- a. Tahap pertama adalah kajian mengenai hukum normatif yang berlaku
- b. Tahap kedua yakni penerapan dalam peristiwa *in concreto* guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Penerapan ini bisa diwujudkan dengan perbuatan nyata dan dokumen

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2021), 46.

hukum. Hasil penerapan ini dapat memunculkan pemahaman realisasi pelaksanaan secara benar atau tidak.

Empiris dalam penelitian ini yaitu penelitian terhadap pelaku bisnis MLM pada PT. Orindo Alam Ayu, sedangkan penelitian normatif diambil dari studi pustaka berupa Fatwa MUI yang membahas tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang mana data yang dihasilkan berupa kata-kata serta tidak menekankan pada angka. Data ini biasanya berisi analisis kondisi di lapangan. Proses penelitian kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi dasar kemudian dikaitkan dengan kaidah pemikiran yang digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi serta dokumentasi kemudian diinterpretasikan.

Penulis menggunakan jenis penelitian ini untuk mencari kejelasan hukum sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu. Penelitian normatif diambil dari Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan tentang sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu ini.

2. Sumber Data dan Bahan Hukum

a. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1) Sumber Data Primer

Merupakan data yang didapatkan langsung dari subjek penelitian dengan memakai alat pengambilan data langsung

kepada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer yang diperoleh peneliti langsung dengan sumbernya tanpa perantara pihak lain, lalu data tersebut dikumpulkan dengan mengolah sendiri atau seseorang maupun organisasi. Sumber data yang diperoleh oleh penulis yakni berupa wawancara dengan pelaku bisnis PT. Orindo Alam Ayu.

2) Sumber Data Sekunder

Yakni data yang didapatkan melalui pihak lain, tidak didapatkan langsung dari subjek penelitiannya.¹⁷ Seperti buku, jurnal, majalah, dokumen, peraturan perundang-undangan, dan lainnya. Data sekunder yang didapatkan peneliti adalah Fatwa DSN MUI, buku, dokumen, jurnal, atau peraturan lainnya yang membahas tentang sistem kinerja di PT. Orindo Alam Ayu.

b. Bahan Hukum

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang mengikat.¹⁸ Bahan hukum primer yang penulis gunakan di dalam penulisan ini yakni fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan-bahan yang berkaitan dengan bahan baku primer serta dapat mendukung

¹⁷ Saifudin Anwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), 92.

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994), 12.

dalam menganalisis serta memahami bahan hukum primer. Seperti buku-buku hasil penelitian, artikel ilmiah, jurnal ilmiah, dan makalah hasil seminar.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan-bahan yang dapat mendukung bahan hukum primer dan sekunder yakni berupa informasi-informasi.¹⁹ Dapat berupa kamus-kamus baik kamus Bahasa Indonesia, kamus Bahasa Inggris, dan kamus Bahasa Arab, serta kamus-kamus dalam bidang keilmuan layaknya kamus dalam istilah hukum dan ekonomi secara Islam.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara lengkap, maka diperlukan adanya metode pengumpulan data secara nyata yang digunakan dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. *Interview* (Wawancara)

Salah satu cara untuk melakukan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan bertindakan pada tujuan penelitian.²⁰ Wawancara adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi atau data yang berupa jawaban dari pernyataan (wawancara) dari para sumber.²¹ Penulis melakukan wawancara berkaitan dengan bisnis

¹⁹ *Ibid.*, 13.

²⁰ Sutrisni Hadi, *Metode research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), 193.

²¹ Hadi Sutrisni, *Metode Penelitian Research*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 1989), 46.

MLM PT. Orindo Alam Ayu kepada pelaku bisnis PT. Orindo Alam Ayu diantaranya Dwi Amanah selaku member dengan level *Director*, Isnaeni selaku member dengan level *Brand Partner*, Nuril Ilma selaku member dengan level *Brand Partner* dan Anisa selaku konsumen pengguna produk Oriflame.

Wawancara dilakukan karena menjadi suatu upaya untuk menggali data dari narasumber agar mendapatkan data atau informasi secara langsung dan lebih akurat dari orang yang berkaitan atau berkepentingan. Dalam melakukan wawancara dapat dilakukan dengan tertulis maupun tidak tertulis. Metode yang digunakan oleh penulis dalam melakukan wawancara yakni menggunakan metode wawancara terarah atau terstruktur di mana sistem atau daftar pertanyaan telah disusun terlebih dahulu oleh penulis sehingga terfokus pada pokok pembahasan.

b. *Observasi* (Pengamatan)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Sutrisno Hadi, metode observasi diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Pengamatan (*observasi*) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratnya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Dari pengertian tersebut, metode *observasi* dapat dimaksudkan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan. Dalam metode ini,

pada tahun 2020 penulis sempat bergabung menjadi member Oriflame dan melakukan pengamatan langsung terkait sistem kerjanya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah cara untuk mengumpulkan data dengan mencari dokumen atau keterangan yang benar dan nyata yang diperoleh dengan mengumpulkan data baik berupa buku, notulen, transkrip, catatan, majalah dan sebagainya. Pengumpulan data menggunakan dokumentasi adalah alat pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam hal ini penulis mencari dokumentasi berupa gambar-gambar serta katalog seperti majalah yang dapat menjelaskan terkait dengan sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu khususnya dalam Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

4. Analisis Data

Analisis data deskriptif kualitatif merupakan teknik yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini. Dengan menggunakan teknik ini, maka data yang dikumpulkan yakni berupa kata-kata dan gambaran serta tidak menekankan pada angka.²²

Dalam hal penelitian ini, maka akan digambarkan sistem kinerja pada bisnis PT. Orindo Alam Ayu dan dijelaskan bagaimana

²² Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), 9.

sudut pandang hukum Islam khususnya dalam fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam sistem kinerja tersebut. Berikut merupakan langkah-langkah penulis setelah diperoleh data-data yang diperlukan:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data sangat diperlukan karena dengan banyaknya data dari masing-masing informan yang dianggap tidak relevan dengan fokus penelitian sehingga adanya penyaringan data, dimana data tersebut ada yang perlu dibuang, dikurangi maupun ditambahkan. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data atau proses pemilihan pemusatan pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang ada dalam catatan yang diperoleh dari penelitian. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta difokuskan pada pokok-pokok yang penting. Dengan demikian, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. *Display Data* (Penyajian Data)

Penyajian data merupakan data yang sudah terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Dalam penyajian data kualitatif penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Penelitian kualitatif

lebih sering menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif.²³ Sebab penelitian ini kualitatif, maka penyajian data berupa teks serta beberapa gambaran yang menjelaskan tentang data.

c. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan mendapatkan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Tahap ini dimaksudkan agar penelitian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian ini lebih tepat dan objektif. Sehingga mengetahui kejelasan bagaimana hukum yang diterapkan dalam sistem kinerja pada PT. Orindo Alam Ayu.

G. Sistematika Penelitian

Dalam sistematika pembahasan skripsi ini meliputi lima bab, antara lain secara globalnya adalah sebagai berikut:

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab ini berisi gambaran umum tentang penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, telaah pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II (LANDASAN TEORI)

Pada bab ini, penulis akan memaparkan teori tentang Fatwa DSN MUI No. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang

²³ *Ibid.*, 249.

Syariah, yang Bab ini merupakan landasan teori yang dijadikan bahasan pada bab-bab selanjutnya.

BAB III (GAMBARAN UMUM SISTEM PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG DI PT. ORINDO ALAM AYU)

Pada bagian ini penulis akan memaparkan sekaligus menguraikan gambaran umum mengenai profil perusahaan, produk serta mekanisme yang diterapkan yang didalamnya menjelaskan terkait sistem kinerja yang ada pada PT. Orindo Alam Ayu.

BAB IV (ANALISIS PENERAPAN FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TERHADAP PT. ORINDO ALAM AYU)

Bab ini berisi pandangan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap sistem kinerja pada bisnis Oriflame.

BAB V (PENUTUP)

Ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang dapat berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari permasalahan dalam hasil penelitian secara keseluruhan. Pada bab terakhir juga dicantumkan saran mengenai skripsi yang penulis buat untuk kedepannya dapat diperbaiki kembali.

BAB II

FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

A. Profil MUI

1. Sejarah MUI

Kemajuan budaya dan peradaban manusia terus berkembang mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, oleh karena itu muncul permasalahan-permasalahan yang baru dalam kehidupan manusia baik yang berhubungan dengan muamalah yang membutuhkan solusi karena permasalahan tersebut tidak ada hukumnya dalam al-Qur'an dan Hadist. Begitu pula para ulama terdahulu tidak secara eksplisit menjelaskan permasalahan yang baru tersebut sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui akan solusi dari permasalahan tersebut. Hal ini menjadikan para ulama Indonesia bersepakat untuk membuat suatu lembaga guna menyelesaikan permasalahan-permasalahan agama yang timbul dalam masyarakat dengan sebutan Majelis Ulama Indonesia atau MUI. Didirikan pada tanggal 7 Rajab 1395 H atau bertepatan pada tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta.

Majelis Ulama Indonesia didirikan sebagai hasil dari suatu pertemuan atau musyawarah yang dilakukan oleh para ulama, cendekiawan dan zu'ama yang ada di Indonesia, terdiri dari 26 orang ulama dari 26 provinsi di Indonesia, 10 orang ulama yang termasuk dari ormas-ormas Islam tingkat pusat seperti *Nahdlatul Ulama* (NU), *Muhammadiyah*, *Syarekat Islam*, *Perti*, *Al-Washliyah*, *Math'laul Anwar*, GUPPI, PTDI, DMI, dan *Al-Ittihadiyah*, 4 orang

ulama dari Dinas Rohani Islam, Angkatan Darat, Angkatan Udara, Angkatan Laut, dan POLRI serta 13 orang dari tokoh atau cendekiawan yang termasuk dalam tokoh perorangan.

Dalam musyawarah tersebut menghasilkan sebuah kesepakatan guna membentuk suatu wadah tempat untuk bermusyawarah para ulama, zu'ama, dan cendekiawan Islam yang dituangkan pada "Piagam Berdirinya MUI" yang ditandatangani oleh semua peserta musyawarah, kemudian disebut dengan "Musyawarah Nasional Ulama I".

Berdirinya MUI bebarengan dengan bangsa Indonesia ketika berada pada masa kebangkitan kembali, setelah 30 tahun Indonesia merdeka yang mana kekuatan bangsa Indonesia telah banyak terkuras dalam perjuangan politik kelompok dan ketidakpedulian terhadap masalah kesejahteraan rakyatnya. Dalam perjalanan selama 25 tahun, MUI berusaha agar :

- a. Memberikan bimbingan dan tuntutan kepada orang Islam di Indonesia dalam mewujudkan kehidupan beragama dan bermasyarakat yang diridhoi oleh Allah SWT;
- b. Memberikan sebuah nasihat dan fatwa tentang masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kegiatan agar terwujudnya suatu persaudaraan dan kerukunan antar umat Islam dalam menyempurnakan persatuan dan kesatuan bangsa;
- c. Sebagai penghubung antara para ulama dengan pemerintah dan penterjemah timbal balik antara umat Islam dan pemerintah untuk mensukseskan pembangunan nasional dan meningkatkan hubungan serta kerjasama antar organisasi, lembaga Islam dan

ceudekiawan Islam dalam memberikan arahan dan tuntutan kepada masyarakat khususnya bagi umat Islam dengan membentuk konsultasi dan informasi secara timbal balik.

Sebagai organisasi yang didirikan oleh para ulama, zu'ama dan cendeikiawan Islam serta tumbuh dan berkembang di kalangan umat Islam, Majelis Ulama Indonesia merupakan suatu gerakan masyarakat. Oleh karena itu, Majelis Ulama Indonesia memiliki kesamaan dengan organisasi-organisasi kemasyarakatan lain yang tumbuh di kalangan umat Islam, yang mempunyai keberadaan otonom dan menjunjung tinggi semangat kemandirian. Semangat tersebut dimunculkan dalam kemandirian, tidak tergantung dan terpengaruh dengan pihak-pihak lain dalam hal mengeluarkan suatu pandangan, pikiran, sikap dan juga pengambilan keputusan diatasnamakan dengan organisasi.

Dalam hal berkaitan dengan organisasi kemasyarakatan yang ada di kalangan umat Islam, MUI tidak bermaksud untuk menjadikan organisasi *supra-struktur* yang membawahi organisasi-organisasi tersebut. MUI juga tidak memposisikan dirinya sebagai suatu wadah tunggal yang mewakili keanekaragaman umat Islam. Majelis Ulama Indonesia sesuai dengan niat awalnya yaitu suatu wadah untuk *silatirrahmi* ulama, zu'ama dan cendeikiawan Islam dari berbagai kelompok yang ada di kalangan umat Islam.

Kemandirian MUI bukan berarti menghalanginya dalam menjalin hubungan dan kerjasama dengan berbagai pihak dalam negeri maupun luar negeri, selama dijalankan dengan dasar saling menghargai posisi dari masing-masing organisasi dan tidak menyimpang dari visi, misi dan fungsi MUI. Hubungan dan

kerjasama tersebut menandakan kesadaran Majelis Ulama Indonesia bahwa organisasi itu hidup dalam tatanan kehidupan bangsa yang sangat beragam dan menjadi bagian utuh dari tatanan tersebut yang harus hidup berdampingan dan bekerjasama antar komponen bangsa untuk kebaikan dan kemajuan bangsa Indonesia. Sikap Majelis Ulama Indonesia menjadikan salah satu ikhtiar dalam mewujudkan Islam sebagai *rah matan lil'alamin* (Rahmat bagi seluruh alam).¹

2. Struktur Kepengurusan MUI

Dalam setiap organisasi pastilah mempunyai susunan organisasi. Adapun susunan organisasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagaimana diatur dalam pedoman dasar Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada Bab V Pasal 17 terkait susunan dan hubungan organisasi Majelis Ulama Indonesia, bahwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat berkedudukan di Ibukota Negara Republik Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi berkedudukan di Ibukota Provinsi.²

Pada Pasal 18 muqodimah pedoman dasar Majelis Ulama Indonesia Pusat dan Provinsi yakni bersifat koordinatif, aspiratif, dan struktural administrative, sedangkan hubungan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan organisasi atau kelembagaan Islam lainnya bersifat konsultatif dan kemitraan.

¹ Majelis Ulama Indonesia, "Profil MUI" dalam <http://www.mui.or.id.html>, diakses pada tanggal 15 November 2022

²"Muqodimah Pedoman Dasar: Majelis Ulama Indonesia", www.majelisulama.com, diakses pada tanggal 21 November.

Pada Bab VI Pasal 19 mengenai susunan pengurus Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Daerah yakni Dewan Penasehat, Dewan Pimpinan Harian, Anggota Pleno, Komisi dan Lembaga.

Sampai saat ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengalami beberapa kali musyawarah nasional dan dengan beberapa kali pergantian masa Ketua Umum MUI yakni:

Periode Ketua Lembaga Majelis Ulama Indonesia.³

No	Nama	Awal Jabatan	Akhir Jabatan
1.	Prof. Dr. Hamka	1977	1981
2.	KH. Syukri Ghozali	1981	1983
3.	KH. Hasan Basri	1983	1990
4.	Prof. KH. Ali Yafie	1990	2000
5.	KH. M. Sahal Mahfudz	2000	2014
6.	Prof. Dr. HM. Din Syamsuddin	2014	2015
7.	Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin	2015	2020
8.	KH. Miftahul Akhyar	2020	Sekarang

B. Pengertian dan Kedudukan Fatwa

1. Pengertian Fatwa

Secara etimologis, fatwa berarti, petunjuk, nasehat dan jawaban atas pertanyaan yang berkaitan dengan hukum. Dalam terminologi

³ Majelis Ulama Indonesia, "Sejarah MUI" dalam <http://www.mui.or.id.html>, diakses pada 21 November 2022.

ushul fikih, fatwa dimaknai sebagai pendapat yang dikemukakan seorang mujtahid atau fakih sebagai jawaban yang diajukan oleh peminta fatwa dalam suatu kasus yang sifatnya tidak mengikat. Karena itulah fatwa tidak memiliki konsekuensi dan akibat hukum yang ketat. Dengan ungkapan lain, jika fatwa itu diabaikan oleh seorang peminta fatwa, maka negara tidak dapat memaksanya untuk melakukan atau meninggalkannya.⁴ Dalam artian fatwa berarti suatu pendapat hukum yang sifatnya tidak mengikat untuk menghadapi persoalan yang ada dan merupakan produk dari ilmu fikih.

Fatwa merupakan hasil ijtihad para ahli mujtahid dan mufti yang mana dilahirkan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Metode yang digunakan dalam menjelaskan suatu hukum tersebut yakni melalui dua cara dan dua sumber yang jelas yaitu al-Qur'an dan hadits. Hukum Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Hadits sebagian besar bentuknya ditentukan berdasarkan hasil ijtihad dari para imam mujtahid yang dituangkan dalam bentuk fatwa keagamaan oleh para mufti, hal ini disebabkan karena dalam al-Qur'an kebanyakan hukum yang ada didalamnya masih berbentuk umum (global), sehingga membutuhkan ijtihad dari para mufti untuk dapat menjawab berbagai permasalahan keagamaan yang muncul di masyarakat.

⁴ Pratiwi dan M. Rikza, *Keterkaitan Fatwa MUI Mengenai Ibadah di Masa Pandemi*, (Jakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2021), 5.

2. Kedudukan Fatwa

Mengenai kedudukan fatwa dan mufti dalam Islam, Qardhawi sependapat dengan pandangan Al-Syathibi dan Ibn Qayyim bahwa fatwa memiliki kedudukan strategis dan penting dalam masyarakat Islam. Seorang mufti berkedudukan sebagai pelanjut tugas kenabian untuk menyampaikan hukum-hukum syariat, memberikan pencerahan dan peringatan kepada manusia agar selalu sadar dan berhati-hati. Selain itu, menurut Al-Qardhawi, fatwa selayaknya dijadikan ensiklopedia ilmu berkenaan dengan ajaran Islam yang berkaitan dengan ibadah, muamalah, akidah, ilmu pengetahuan, sampai persoalan kebudayaan. Dalam hal ini Al-Qardhawi mengapresiasi kitab-kitab fatwa tokoh-yokoh besar yang melahirkan ensiklopedia fatwa, baik yang disusun oleh ulama madzhab maupun tokoh individual, seperti Ibn Taimiyah, Syaikh Muhammad Ulaisy, Muhammad Abduh, dan Muhammad Rasyid Ridha.⁵

Dalam kondisi tersebut peran fatwa dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk menyelesaikan masalah-masalah dan persoalan yang muncul yang tidak terdapat didalam nash. Oleh karena itu, dalam menggunakan fatwa harus tetap menjaga keseimbangan, antara tetap harus memakai *manhaj* yang telah disepakati para ulama sebagai upaya untuk tidak terjerumus ke dalam kategori memberikan fatwa tanpa mempertimbangkan dalil hukum yang jelas. Sedangkan di sisi lain juga harus memperhatikan unsur kemaslahatan dari fatwa yang digunakan, sebagai upaya guna untuk

⁵ Panji Adam, *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Amzah, 2022), 20.

mempertahankan posisi fatwa sebagai salah satu alternatif pemecah kebekuan dalam perkembangan hukum Islam.

a. Kedudukan Fatwa dalam Islam

Fatwa menempati kedudukan yang strategis dan sangat penting, karena mufti termasuk ulama dan penerus para nabi atau yang melanjutkan tugas Nabi SAW. Sehingga ia berkedudukan sebagai khalifah dan ahli waris Nabi SAW, bersabda : “Ulama merupakan ahli waris para Nabi”.

Seorang mufti menggantikan kedudukan Nabi SAW dalam menyampaikan hukum-hukum syariat, mengajar manusia dan memberi peringatan kepada mereka agar sadar dan berhati-hati. Disamping menyampaikan apa yang diriwayatkan oleh Nabi Muhammad SAW, seorang mufti juga menggantikan kedudukan nabi dalam memutuskan hukum-hukum yang digali dari dalil-dalil hukum-hukum melalui analisis dan ijtihadnya, sehingga jika dilihat dari sisi ini seorang mufti juga sebagai pencetus hukum yang wajib diikuti dan dilaksanakan keputusannya, karena inilah pengganti tugas yang sebenarnya.

Ulama salaf telah mengetahui betapa mulia, agung, dan berpengaruhnya fatwa dalam agama Islam dan kehidupan manusia. Oleh karena itu, para ulama salaf mengemukakan tiga hal yaitu:

- 1) Takut memberi fatwa, dalam artian mereka sangat berhati-hati dalam memberikan fatwa bahkan kadang-kadang mereka berdiam diri dan tidak memfatwakan sesuatu jika masih merasa ragu.

- 2) Mengingkari orang yang berfatwa tanpa berdasarkan ilmu, para ulama salaf sangat mengingkari orang yang terjun dalam bidang fatwa tetapi dia tidak layak untuk melaakukan hal tersebut. Dan mereka menganggap hal itu sebagai suatu celah kerusakan dalam Islam, bahkan merupakan kemungkaran besar yang wajib dicegah.
- 3) Ilmu dan pengetahuan mufti, seorang mufti yang termasuk pengganti Nabi SAW haruslah memiliki pengetahuan yang luas tentang Islam, menguasai dalil-dalil hukum Islam yakni al-Qur'an dan Hadits, mengerti ilmu bahasa arab, paham terhadap kehidupan dan manusia, disamping mengerti fikih dan mempunyai kemampuan untuk melakukan istinbath.⁶

b. Kedudukan Fatwa dalam Tata Hukum Indonesia

Secara hirarki dalam pengaturan perundang-undangan dalam UU No. 12 Tahun 2011 diantaranya :

- 1) Undang-undang Dasar 1945
- 2) Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat (Tap MPR)
- 3) Undang-undang atau Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perpu)
- 4) Peraturan Pemerintah (PP)
- 5) Peraturan Presiden (Perpres)
- 6) Peraturan Daerah (Perda) Provinsi
- 7) Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten/Kota⁷

⁶ *Ibid.*, 15-24.

⁷ Undang-undang Dasar RI Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, 6-7.

Jika dilihat secara hirarki, maka kedudukan fatwa tidak ada. Akan tetapi, didalam sumber hukum Indonesia, pancasila sebagai *groudnorm* (norma dasar) bangsa secara falsafi demi kepastian hukum dengan mewujudkan negara hukum yang tidak menyampingkan kepentingan beragama. Hukum Islam atau fikih mempunyai peranan yang sangat penting sebagai sumber hukum nasional. Arti sumber hukum disini akan mengalami perkembangan yang sangat signifikan, bukan saja dalam sistem peradilan yang sudah tegas dalam lingkungan peradilan agama, akan tetapi juga dalam sistem peradilan (meliputi materi hukum dan sistem kerja peradilan dalam rangka supremasi hukum) yang lebih luas. Termasuk dalam konteks penempatan fikih sebagai salah satu bentuk ilmu hukum dalam dunia hukum, yang dapat memberi arti bahwa fikih atau hukum Islam menjadi sumber kajian sekaligus sumber hukum materiil di Indonesia.

Indonesia sendiri, para ulama telah memiliki sebuah wadah, tempat, sarana yang diberikan nama Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tugas dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sendiri adalah memberikan sebuah kepastian, penentuan, penetapan suatu hukum yang berhubungan dengan agama Islam yang mana hal ini kita kenal dengan istilah fatwa. Dan fatwa inilah yang nantinya akan menjadi tolak ukur, pola pikir dan *ijtima'* ulama Islam Indonesia. Majelis Ulama Indonesia (MUI) memiliki kewenangan memberi fatwa tentang persoalan agama yang bersifat umum yang menyangkut umat Islam di

Indonesia secara nasional dan masalah agama Islam di daerah yang diduga dapat meluas ke daerah lain.⁸

Kedudukan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam perspektif hukum positif, apabila menempatkan fikih atau hukum Islam dalam jajaran sumber ilmu hukum secara umum, maka dalam takaran operasional atau hukum materil, fikih dapat dijadikan sebagai sumber melalui beberapa jalur diantaranya :

- 1) Dalam peraturan perundang-undangan, fikih berperan sebagai hukum materil, atau dalam konteks etika atau moralitas hukum.
- 2) Sumber kebijakan pelaksanaan pemerintahan yang tidak secara langsung dalam pengertian legislasi sebagaimana PP.
- 3) Sumber bagi penegak hukum, polisi, jaksa, dan pengacara.
- 4) Sumber hukum nilai-nilai budaya masyarakat dan sekaligus sebagai sumber kebiasaan (*living law*).⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa kedudukan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia yang sangat penting. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan salah satu dari bahan pertimbangan hukum bagi para legislator dalam membuat atau menetapkan suatu undang-undang atau peraturan.

⁸ Abdul Manan, *Reformasi Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 195-196.

⁹ *Ibid.*, 208.

3. Macam-macam Fatwa

Berdasarkan informasi yang dirilis dari website resmi Majelis Ulama Indonesia (MUI), terdapat 4 jenis fatwa yang dikeluarkan oleh MUI yaitu:

a. Fatwa Komisi Fatwa MUI

Fatwa ini merupakan suatu fatwa yang dikeluarkan setelah melakukan pengkajian terhadap suatu permasalahan oleh Komisi Fatwa MUI. Komisi Fatwa menghasilkan beberapa fatwa terbaru yakni hukum menggunakan atribut no muslim, fatwa mengenai sholat jum'at yang dilakukan selain di masjid, dan sebagainya. Komisi Fatwa dianggap tepat dalam menghasilkan sebuah fatwa, hal ini dikarenakan sebelum membahas mengenai sebuah masalah, terlebih dahulu mendengarkan dan mempertimbangkan pendapat para ahli dalam bidang yang berkaitan dengan masalah tersebut.

b. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI

Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI dibentuk dalam rangka untuk mewujudkan suatu aspirasi Islam tentang masalah perekonomian. Selain itu juga mendorong dalam penerapan ajaran Islam di bidang ekonomi dan keuangan yang dilakukan sesuai ajaran Islam. Tugas yang diberikan untuk diamanahkan kepada Dewan Syariah Nasional (DSN) yaitu mengeluarkan suatu fatwa mengenai ekonomi syariah guna dijadikan sebagai pedoman bagi para regulator dan juga praktisi. Diantaranya fatwa yang telah dihasilkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI antara lain wakaf manfaat asuransi dan manfaat

investasi dalam asuransi jiwa syariah, sertifikat deposito, dan sebagainya.

c. Fatwa Hasil Musyawarah Nasional (Munas) MUI

Musyawahar Nasional (Munas) MUI merupakan sebuah forum yang dilakukan setiap lima tahunan MUI, dan menghasilkan suatu fatwa dalam pelaksanaan Munas yang biasa disebut dengan fatwa hasil munas. Dalam pelaksanaan Munas pada tahun 2015 yang diadakan di Surabaya menghasilkan beberapa fatwa diantaranya fatwa kriminalisasi hubungan suami istri dan fatwa tentang pendayagunaan harta zakat, infaq, dan shodaqoh, dan juga wakaf untuk pembangunan sarana air bersih dan sanitasi.

d. Fatwa Ijtima' Ulama

Fatwa Ijtima' Ulama merupakan suatu hasil pertemuan oleh semua komisi fatwa di Indonesia guna membahas masalah-masalah strategis kebangsaan dan keummatan. Hasil keputusan dari ijtima' terakhir yang dilakukan di Tegal Jawa Tengah pada tahun 2015 adalah mengenai kedudukan pemimpin yang tidak menepati janji (berkhianat), kriteria pengkafiran, radikalisme agama, pemanfaatan tanah untuk kesejahteraan rakyat dan bangsa, penyerapan hukum Islam kedalam hukum nasional. Fatwa ijtima' ulama memiliki posisi yang lebih kuat, hal ini dikarenakan hasil pembahasan ini

dilakukan bersama-sama oleh ulama yang ada di Indonesia atau disebut dengan ijma' lokal.¹⁰

4. Kehujjahan Fatwa MUI berkaitan dengan MLM Syariah

Dalam fatwa DSN MUI No 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah termasuk didalamnya adalah MLM, terdapat hujjah-hujjah atau dalil-dalil hukum yang dijadikan sebagai rumusan fatwa. Dalil-dalil tersebut terdiri dari Al-Qur'an, Hadist dan Kaidah Fiqh yang berhubungan dengan tata cara bertransaksi dan bermuamalah yang sesuai dengan syariat Islam.

Diantara dalil Al-Qur'an yang mendasari fatwa DSN MUI tersebut ialah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. 4 [Al-Nisa’] : 29)

11

Ayat ini menetapkan dua prinsip yang menjadi dasar keabsahan perdagangan, yakni pertama hendaklah perdagangan dilakukan dengan dasar saling suka. Kedua, hendaklah keuntungan satu pihak

¹⁰ Ahmad Marzuki, “Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)”, *Asy-Syari’ah : Jurnal Hukum Islam*, Vol 6 No. 2, 2020, 115-116.

¹¹ <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29> diakses pada 28 November 2022 pukul 22.50 WIB.

tidak berdiri diatas kerugian pihak lain. Karenanya suatu transaksi tanpa dilandasi oleh kerelaan antara kedua belah pihak adalah batal atau tidak sah. Oleh karena itu tidak boleh ada pemaksaan atau jeratan berupa apapun dalam suatu transaksi. Ayat-ayat lain yang juga disampaikan dalam fatwa tersebut adalah mengenai kehalalan jual beli dan haramnya riba, larangan saling berbuat dzalim, dan melakukan sesuatu yang mengandung unsur *maysir* (perjudian).

Sedangkan diantara beberapa hadist yang menjadi hujjah dalam menetapkan fatwa penjualan langsung berjenjang syariah ini adalah :

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ
سَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ , وَ عَنْ بَيْعِ الْعَرَدِ

“Diriwayatkan dari Abu Hurairah, beliau berkata, Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara melempar kerikil dan jual beli yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian)”. (HR. Khomsah dari Abu Hurairah).¹²

Hadits ini menjelaskan larangan transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian atau berpotensi merugikan. Hadits lain yang disertakan dalam fatwa DSN MUI berkaitan dengan persoalan MLM merupakan sabda Nabi Muhammad SAW tentang larangan saling memudharatkan, saling merugikan, saling menipu, saling berkhianat, dan hadits tentang laknat Allah terhadap pemberi dan penerima risywah.

¹² DSN MUI, *Fatwa DSN MUI NO. 75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*, 3.

Selain dalil al-Qur'an dan Hadits, DSN MUI juga menguatkan pendapatnya dengan memberikan dua kaidah fikih yang berkaitan dengan muamalah diantaranya :

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ تُدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam bermuamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

الْأَجْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ

“Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)”

Menurut hemat penulis, kedua kaidah ini sangat penting untuk diperhatikan dalam masalah bermuamalah. Kaidah pertama diperuntukkan untuk menilai status hukum suatu transaksi, sedangkan pada kaidah kedua digunakan untuk bersikap bijak dalam penentuan upah dalam sebuah akad. Besaran upah harus disesuaikan dengan beban kerjanya, bukan karena semata-mata memiliki kedudukan yang lebih tinggi.¹³

Jadi pada intinya bermuamalah dengan sistem MLM yakni diperbolehkan selama tidak ada unsur-unsur yang melanggar syariat Islam, baik dari skemanya, tata cara bertransaksi, cara kerjanya, cara pemberian upah ataupun dari segi produk yang dijual. Pada dasarnya *Multi Level Marketing* (MLM) yang sesuai prinsip syariah merupakan konsep jual beli yang berkembang dengan berbagai macam variasinya. Perkembangan jual beli dan variasinya tentu saja menuntut untuk melakukan kehati-hatian agar tidak bersentuhan dengan hal-hal yang diharamkan oleh syariah,

¹³ *Ibid.*, 4-5.

misalnya harus bebas dari riba dan gharar, baik dalam produknya maupun tata cara pemasarannya, aman dari penipuan, kerugian dan kedhaliman kepada anggota-anggotanya serta pengupahan harus disesuaikan dengan beban kerja.

Jika tidak sesuai dengan apa yang telah menjadi aturan dan batasan syara', maka dapat dipastikan bahwa MLM yang dilakukan hukumnya adalah haram. Untuk memastikan hukum tersebut, maka tidak cukup klaim dari perusahaan sepihak saja tetapi perlu ada penelitian yang detail terhadap semua proses yang telah dilakukan dan produk yang diperjualbelikan. Maka tidak heran jika ada organisasi masyarakat atau tokoh yang menyebutkan bahwa bisnis MLM diharamkan, karena pendapat tersebut didasarkan pada fakta yang terjadi di lapangan. Oleh karena itulah yang pertama kali harus dilihat adalah sertifikasi halal oleh MUI, jika tidak ada teliti dan sesuaikan dengan fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009. Semua ini perlu dilakukan untuk menjamin kenyamanan, keamanan, ketenangan, dan kehalalan bermuamalah dengan bisnis MLM.

5. Metode Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Keberadaan metode dalam penetapan fatwa sangat penting sehingga dalam setiap proses penetapan fatwa harus mengikuti metode tersebut. Suatu fatwa yang ditetapkan tanpa menggunakan metodologi tersebut, maka keputusan hukum yang dihasilkan tersebut tidak mempunyai argumentasi yang kuat. Oleh karena itu, implementasi metode dalam setiap proses penetapan fatwa merupakan suatu keniscayaan. Metode yang digunakan oleh Komisi

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam proses penetapan fatwa yakni melalui tiga pendekatan diantaranya pendekatan *nash qath'i*, pendekatan *qauli* dan pendekatan *manhaji*.

Pendekatan *nash qath'i* dilakukan dengan berpedoman pada nash al-Qur'an atau hadist untuk sesuatu masalah apabila masalah yang ditetapkan tersebut terdapat didalam al-Qur'an maupun hadits secara jelas. Sedangkan, apabila permasalahan yang dihadapi tidak terdapat didalam al-Qur'an ataupun hadits maka penyelesaian dilakukan dengan pendekatan *qauli* dan *manhaji*.

Pendekatan *qauli* merupakan pendekatan dalam proses penetapan fatwa dengan mendasarkannya kepada pendapat para imam madzhab dalam kitab-kitab fikih terkemuka (*al-kutub al-mu'tabarah*). Pendekatan ini dilakukan apabila penyelesaian dapat dicukupi oleh pendapat dalam kitab-kitab fikih terkemuka (*al-kutub al-mu'tabarah*) dan hanya terdapat satu pendapat (*qaul*), kecuali jika pendapat yang telah ada dianggap tidak cocok lagi untuk dijadikan pedoman karena sangat sulit untuk dilaksanakan (*ta'assur* atau *ta'adzdzur al-a'mal* atau *shu'ubah al-a'mal*) atau karena alasan hukumnya (*illah*) berubah. Dalam kondisi ini perlu dilakukan telaah ulang (*i'adzaton nazhar*), sebagaimana yang dilakukan ulama terdahulu. Karena itu mereka tidak terpaku terhadap pendapat ulama terdahulu yang telah ada bila pendapat tersebut sudah tidak memadai lagi untuk dijadikan pedoman.

Sedangkan pendekatan *manhaji* merupakan suatu pendekatan dalam proses penetapan fatwa dengan mempergunakan kaidah-kaidah pokok (*al-Qawaid al-ushulliyah*) dan metodologi yang dikembangkan oleh imam madzhab dalam merumuskan hukum

suatu masalah. Pendekatan *manhaji* dilakukan melalui ijtihad secara kolektif (*ijtihad jama'i*), dengan menggunakan metode menemukan pendapat yang berbeda (*al-jam'u wat taufiq*), memilih pendapat yang lebih akurat dalilnya (*tarjih*), menganalogikan permasalahan yang muncul dengan permasalahan yang telah ditetapkan hukumnya dalam kitab-kitab fikih (*ilhaqi*) dan *istinbathi*.

Dalam masalah yang terjadi *khilafiyah* dikalangan imam madzhab maka penetapan fatwa didasarkan pada hasil usaha penemuan titik temu diantara pendapat-pendapat madzhab melalui metode *al-jam'u wat taufiq*.¹⁴

Jika usaha *al-jam'u wa al-taufiq* tidak berhasil maka penetapan fatwa dilakukan melalui metode *tarjih* (memilih pendapat ulama yang dinilai paling kuat dalil dan argumentasinya), yaitu dengan menggunakan metode perbandingan madzhab (*muqaran al-madzahib*) dan dengan menggunakan kaidah-kaidah ushul fikih perbandingan.

Ketika suatu persoalan atau suatu masalah belum terdapat pendapat (*qaul*) yang menjelaskan secara persis dengan kitab fikih terdahulu (*al-kutub al-mutabarah*) tetapi terdapat persamaan dari persoalan tersebut, maka penyelesaiannya dilakukan melalui metode *ilhaqi*, yakni menyamakan suatu persoalan yang terjadi dengan kasus yang sama dalam *al-kutub al-mu'tabarah*.

Sedangkan metode *istinbathi* dilakukan ketika tidak bisa dengan metode *ilhaqi* karena tidak ada padanan pendapat (*mulhaq bih*) dalam *al-kutub al-mu'tabarah*. Metode *istinbathi* dilakukan

¹⁴ Al-Fakhri Zakirman, *Metodologi Fatwa Majelis Ulama Indonesia* (E-Jurnal), 162-163.

dengan memberlakukan metode *qiyasi, istishlahi, istihsani* dan *sadd al-dzari'ah*.¹⁵

Secara umum penetapan fatwa di Majelis Ulama Indonesia (MUI) selalu memperhatikan kemaslahatan umum (*mashalih 'ammah*) dan intisari ajaran agama (*maqashid al-syari'ah*). Sehingga fatwa yang dikeluarkan oleh MUI benar-benar dapat menjawab permasalahan yang dihadapi oleh umat Islam dan benar-benar menjadi alternatif atau jalan keluar pilihan umat Islam untuk dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupannya.

6. Peran Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 dalam Menjamin Keamanan dan Kehalalan Bermuamalah dengan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM)

Dalam persoalan muamalah atau bisnis syariah, yang memiliki kewenangan penuh dalam menerbitkan fatwa yakni Dewan Syariah Nasional MUI. Kehadiran sistem ekonomi yang berbasis syariah dianggap sebagai sambutan atas keinginan masyarakat muslim untuk berlepas diri dari sistem ribawi. Seiring dengan berkembangnya zaman, muncul berbagai bentuk transaksi berbasis syariah baik dalam jalur bisnis, transaksi perdagangan ataupun perbankan yang sebelumnya belum pernah dikenal dalam referensi fikih klasik. Fakta ini dijadikan sebagai faktor penting perlunya lembaga pengawas syariah yang bertugas menjaga seluruh akad transaksi ekonomi agar sesuai dengan ketentuan dalam fikih muamalah.

¹⁵ Komisi Fatwa MUI, Himpunan Fatwa Nasional.

Dalam kasus bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) misalnya, DSN MUI langsung memberikan sebuah fatwa mengenai persoalan tersebut. Fatwa tersebut merupakan respon terkait hal-hal yang harus dilakukan dan harus dihindari sebagaimana tercantum dalam fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini tidak secara tiba-tiba muncul, tetapi melewati beberapa pertimbangan terlebih dahulu.

DSN MUI mempertimbangkan bahwa metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jaringan pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) telah dipraktikan oleh masyarakat, telah berkembang sedemikian rupa dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Adapun pertimbangan lainnya bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa menggunakan MLM berpotensi dapat merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan. Dari berbagai pertimbangan tersebut kemudian muncul fatwa tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.¹⁶

Fatwa tersebut pastinya akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat Islam. Dengan adanya panduan dan fatwa dari DSN MUI, maka akan timbul keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selanjutnya tidak akan ada lagi keraguan terhadap status hukum bisnis atau transaksi yang akan dilakukan. Fatwa

¹⁶ Dewan Syariah Nasional, "Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MuI/VII/2019 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)", 1.

tersebut juga akan mempengaruhi umat Islam agar lebih berhati-hati dalam memilih bisnis, menghindari riba, *gharar*, dan *maysir*.

DSN MUI hadir dan telah memberikan sumbangsih positif dalam tata kelola sistem hukum ekonomi syariah. Fatwanya menjadi bagian penting dalam sistem hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), seperti halnya UU Nomor 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Indonesia dan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sebelum terbitnya UU tersebut, Bank Indonesia (BI) telah menjadikan fatwa DSN MUI sebagai rujukan utama dalam persoalan perbankan syariah.

DSN MUI telah menjadi salah satu penopang utama berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia dan senantiasa mendorong pertumbuhan ekonomi dan lembaga keuangan syariah secara nasional. Oleh karena itu, DSN MUI memiliki peranan yang sangat penting dan telah memiliki kekuatan hukum yang cukup memadai dalam menjalankan tugasnya. Fatwa DSN MUI dalam permasalahan-permasalahan ekonomi, termasuk didalamnya terdapat masalah-masalah *Multi Level Marketing* (MLM) yang akan dijadikan sebagai acuan dan pedoman dalam menjalankan ekonomi yang berlandaskan syariah.

C. Fatwa DSN MUI NO. 75 tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

1. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang

Penjualan Langsung Berjenjang dalam Fatwa MUI diartikan sebagai cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah

perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut. PLB biasa disebut dengan MLM, menurut akar kata merupakan singkatan dari *Multi Level Marketing*. Multi berarti banyak, Level berarti bertingkat. Sedangkan marketing mempunyai arti pemasaran. Jadi jika digabungkan, *Multi Level Marketing* mempunyai arti pemasaran yang berjenjang banyak. Menurut Clothier MLM diartikan dengan bisnis penjualan penjualan langsung atau *direct selling*. Penjualan langsung atau *direct selling* dirumuskan oleh *direct selling association* sebagai penjualan barang-barang konsumsi langsung ke rumah-rumah, tempat kerja, ataupun perorangan melalui proses transaksi yang diawali dan diselesaikan oleh tenaga penjualnya. Selanjutnya Clothier menjelaskan pengertian mengenai MLM yang lebih detail yakni sebagai suatu cara atau metode penjualan barang secara langsung kepada para pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor berikutnya, pendapatan dihasilkan dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor.

MLM juga dapat diartikan suatu cara perniagaan yang berkaitan dengan pemasaran yang dilakukan banyak level (tingkatan) yang biasa dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Seseorang yang ingin bergabung menjadi anggota sebuah perusahaan MLM maka pasti ia akan memiliki *upline*. Karena melalui *upline* inilah seseorang itu bisa bergabung menjadi anggota sebuah perusahaan MLM. Semakin giat

seseorang melakukan pemasaran maka itu sama dengan dia telah menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Oleh karena itu, dikatakan sebagai perusahaan MLM dikarenakan didalam sistemnya terdapat penjualan berjenjang atau bertingkat-tingkat. Dalam sistem pemasarannya MLM memposisikan semua agen atau pelanggannya kedalam relasi pemasaran sehingga dapat sama-sama mendapatkan keuntungan. Bisnis dengan sistem MLM digerakan oleh jaringan, semakin luas jaringan maka semakin luas juga pemasaran yang bisa dilakukan dan akan semakin besar juga bonus yang akan didapatkan. Hal ini menjadikan MLM juga dapat disebut dengan *network marketing*, karena anggota perusahaan MLM tersebut semakin banyak dan membentuk sebuah jaringan kerja atau *network* dimana jaringan ini merupakan sistem pemasaran dari perusahaan MLM. Jaringan ini terdiri dari anggota atau sekumpulan orang yang bekerja melakukan pemasaran.¹⁷

2. Pengertian Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Secara umum segala jenis kegiatan usaha dalam perspektif Islam merupakan bentuk transaksi *mu'amalah* yang hukum asalnya mubah (boleh dilakukan) selagi tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan dengan hadits yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi dari Amr bin 'Auf Rasulullah SAW bersabda :”*Segala macam transaksi boleh dilakukan antara sesama umat Islam kecuali transaksi yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal. Umat Islam boleh membuat segala*

¹⁷ Asyura, dkk, *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 8.

macam persyaratan yang telah disepakati kecuali syarat yang mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram”.

PLBS yang biasa disebut dengan MLM Syariah merupakan sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian dengan sistem MLM konvensional yang berkembang pesat saat ini dicucui, dimodifikasi dan disesuaikan dengan prinsip syariah. Aspek-aspek haram dan *syub'at* dihilangkan kemudian diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan pada tauhid, akhlak, dan hukum *mu'amalah*. Tidak heran jika visi misi MLM konvensional akan jauh berbeda dengan MLM syariah. Visi misi MLM syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan materi semata, tetapi keuntungan untuk dunia dan akhirat orang-orang yang terlibat didalamnya. MLM syariah juga terdapat Dewan Pengawas Syariah dimana lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai *internal audit surveillance sistem* untuk memfilter apabila terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran Islam pada bisnis tersebut.

Agar praktik MLM Syariah dapat masuk kedalam kategori halal maka diantara syaratnya yang harus terpenuhi yaitu :

- a. Berstatus halal produk yang dipasarkan, menjauhi syubhat dan baik.
- b. Rukun dalam jual beli wajib terpenuhi dalam akadnya.
- c. Harus sesuai syariah semua aspek baik peraturan perusahaan dan semua yang terkait dengan perusahaan.
- d. Tidak boleh harga terlalu mahal, manfaat yang diperoleh tidak sepadan dengan kualitas, tidak adanya anggota yang terdzalimi itulah yang disebut *mark up* terhadap harga barang.

- e. Memiliki Dewan Pengawas Syariah dan formula insentif harus adil, tidak mendzalimi *downline* dan tidak menempatkan *upline* hanya menerima *pasif income* tanpa bekerja, *upline* tidak boleh menerima *income* dari hasil jerih payah *downlinenya*.

Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota. Tidak ada eksploitasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir. Oleh karena itu pembagian bonus yang diberikan harus jelas angka nisabnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak hura-hura dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitikberatkan pada barang-barang tersier, terutama apabila umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Disamping itu perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi umat.¹⁸

3. Perbedaan MLM dan MLM Syariah

Salah satu perbedaan antara MLM syariah dan MLM konvensional yaitu dalam hal motivasi niat baik dalam menjalankan bisnisnya :

- a. Usaha halal dan menggunakan barang-barang yang halal dan tidak menghalalkan segala cara
- b. Bermuamalah secara syariah Islam, yaitu menghindari hal-hal yang diharamkan syariah dalam muamalah seperti *gharar*, *maysir*, dan tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan

¹⁸ Nur Aini Latifah, “Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Syariah”, 5-6.

- c. Mengangkat derajat ekonomi umat, dengan ber-MLM syariah maka akan membantu perekonomian umat secara mikro dan negara secara makro paling tidak mengurangi pengangguran
- d. Mengutamakan produk dalam negeri, hal ini dijalankan dalam MLM syariah sehingga kita menjadi negara yang besar karena mengkonsumsi produk dalam negerinya sendiri dan menjadi negara eksportir yang dibesarkan oleh bangsanya sendiri.¹⁹

Atau jika dilihat berdasarkan tabel perbedaan antara MLM syariah dan MLM konvensional adalah sebagai berikut :

Ketentuan	MLM Syariah	MLM Konvensional
Akad dan aspek legalitas	Berdasarkan hukum positif, kode etik, dan prinsip-prinsip syariah	Berdasarkan hukum positif dan kode etik
Lembaga Penyelesaian	Badan Arbitrase Muamalah Indonesia (BAMUI)	Peradilan Negeri
Struktur Organisasi	Dewan Pengawas Syariah (DPS)	Tidak dikenal
Prinsip Operasional	Dakwah dan Bisnis	Bisnis murni

¹⁹ Adil, *Bisnis Syariah di Indonesia Hukum & Aplikasinya*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 171.

Keuntungan usaha	Pemberdayaan melalui ZIS	Tidak dikenal
Jenis usaha dan produk	Halalan Thayyiban	Sebagian besar sudah mendapatkan sertifikat halal oleh MUI

Kelebihan *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (sembilan nilai plus MLM syariah) :

- a. Nilai silaturahmi
- b. Nilai pengembangan wirausaha
- c. Nilai pemberdayaan pembangunan
- d. Nilai pemberdayaan produk lokal
- e. Nilai kehalalan usaha dan produk
- f. Nilai jaringan ekonomi Islam dunia
- g. Nilai ketahanan akidah
- h. Nilai strategis perdagangan bebas
- i. Nilai pemberdayaan zakat, infaq dan shodaqoh (ZIS).²⁰

4. Ketentuan Hukum Fatwa DSN MUI

Untuk menilai bisnis MLM sudah sesuai dengan syariah dan hukum Islam atau belum, maka tidak cukup dengan suatu pengakuan sepihak saja atau karena telah terdaftar dalam Asosiasi Penjual Langsung Indonesia. Langkah yang harus dilakukan yakni dengan menilai secara menyeluruh terhadap praktik yang dilakukan, mulai dari akad hingga pelaksanaannya. Sedangkan

²⁰ *Ibid.*, 10-11.

yang dijadikan sebagai pedoman dalam penilaian adalah aturan-aturan yang tercantum dalam fikih.²¹

DSN MUI telah mengeluarkan sebuah fatwa tentang PLBS atau yang biasa dikenal dengan MLM yang tertuang dalam No 75 tahun 2009. DSN MUI menetapkan bahwa PLBS wajib untuk memenuhi ketentuan hukum sebagai berikut :

- a. Obyek transaksi yang diperjualbelikan harus nyata berupa barang atau produk jasa;
- b. Produk jasa atau benda yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang diperuntukan bagi sesuatu yang haram;
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzalim*, dan maksiat;
Gharar merupakan suatu jenis transaksi dimana terdapat satu pihak yang diuntungkan dan pihak lain dirugikan.
Maysir diartikan dengan segala sesuatu yang mengansur unsur judi, taruhan, serta permainan beresiko.
Riba diartikan sebagai tambahan pada transaksi terhadap barang-barang tertentu.
Dharar merupakan transaksi yang dapat menimbulkan kerusakan, yang akibatnya terjadi pemindahan hak kepemilikan secara batil.
Dzalim berarti tidak menaruh belas kasihan; tidak adil; kejam.

²¹ Al-Fakhri Zakirman, "Metodologi Fatwa Majelis Ulama Indonesia", *E-Jurnal*, 162-163.

- d. Tidak terdapat kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga dapat merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh;
- e. Komisi atau bonus yang diberikan perusahaan kepada anggota baik berupa besaran maupun tentang bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam plbs;
- f. Bonus atau *reward* yang diberikan oleh perusahaan kepada anggotanya harus jelas mengenai jumlahnya ketika terjadi akad yang sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
- g. Tidak diperbolehkan adanya bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang dan atau jasa;
- h. Pemberian bonus atau *reward* oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*;
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota selanjutnya; Menurut KBBI, eksploitasi merupakan tindakan memanfaatkan orang lain untuk keuntungan pribadi, dapat berupa penghisapan maupun pemerasan, hal ini merupakan sesuatu yang tidak dibenarkan. Eksploitasi merupakan suatu tindakan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dalam hal ini, keuntungan yang didapatkan oleh member

dengan tingkatan paling bawah akan lebih sedikit dengan member yang ada di tingkatan atas. Oleh karena itu, pemberian bonus yang diberikan harus jelas angka nisabnya sejak awal. Cara pemberian penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak hura-hura dan pesta pora. Produk yang dijual tidak menitikberatkan barang-barang tersier, terutama ketika umat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer. Disamping itu, perusahaan MLM harus berorientasi pada kemaslahatan ekonomi umat.

- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat, aqidah, dan akhlak seperti mengandung *syirik*, kemaksiatan, dll;
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrut tersebut;
- l. Tidak mengandung kegiatan *money game*.²²

Dalam fatwa MUI tentang PLBS, pada ketentuan pertama ayat 9 yang menjelaskan bahwa *Money game* merupakan kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau hasil dari penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak

²² Dewan Syariah Nasional, *Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Pejualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*, 6-7.

mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan. *Money game* atau permainan uang, secara sederhana dapat diartikan sebagai cara berbisnis yang tidak wajar dan cenderung menipu yang dilakukan oleh perusahaan investasi palsu. Produk investasi yang ditawarkan dapat berupa kerjasama bisnis pertanian dan perkebunan, kerjasama bisnis kecantikan dan perawatan tubuh, kerjasama investasi di pasar modal, dan lainnya.

Money game atau biasa disebut dengan *skema piramid* merupakan suatu bisnis ilegal, dimana keuntungan yang diperoleh sejumlah orang yang berbeda pada posisi atas piramid (anggota lama) dibayarkan dari dana sejumlah orang yang berada pada posisi bawah piramid (anggota baru). *Money game* merupakan suatu model bisnis yang tidak dapat diandalkan. Keuntungan dari seorang anggota murni dari hasil merekrut anggota yang lain. Jika anggota tidak melakukan perekrutan, maka dapat dipastikan bahwa dia tidak dapat keuntungan. Kebanyakan *money game* tidak menjual produk, tetapi ada beberapa yang menggunakan produk sebagai kedok. Anggota yang berada pada tingkat bawah atau dekat dengan yang paling bawah sudah dapat dipastikan merugi. Sedangkan pemasaran langsung berjenjang (MLM) memiliki struktur yang hampir sama, dimana seorang anggota berusaha merekrut orang lain untuk menjadi anggota. Perbedaannya, pada MLM ada produk yang diperjual belikan. Keuntungan didapatkan jika seorang

anggota berada pada tingkat paling bawah, potensi untuk mendapatkan keuntungan masih terbuka.²³

Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) memberikan beberapa kriteria tentang bisnis *money game* yakni :

- 1) Keuntungan didapatkan dari banyak orang yang direkrut serta menyeter sejumlah uang untuk kemudian terbentuk format atau skema piramid
- 2) Keuntungan dihitung dari sistem *recruiting* hingga terbentuk suatu format tertentu
- 3) *Upline* lebih mementingkan untuk merekrut anggota baru *downline*²⁴

5. Ketentuan Akad Fatwa DSN MUI

Akad-akad yang digunakan dalam PLBS adalah:

- a. Akad *Ba'i/Murabahah* merujuk pada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*; Akad *murabahah* merupakan akad jual beli suatu barang dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok dan tingkat keuntungan tertentu atas barang dimana harga jual tersebut disetujui oleh pembeli. Dalam akad *murabahah*, penjual (dalam hal ini bank) harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan

²³ Savatri Indraswati, "Money Game vs Multi Level Marketing di Kota Batam", (*Journal of Law and Policy Transformation*, Vol. 1, No. 1, Juni 2016), 85-87.

²⁴ Jaih Mubarak, dkk., *Prinsip-prinsip Perjanjian*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 91.

tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Akad ini banyak digunakan dalam bank syariah karena paling mudah dalam implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Beberapa alasan mengapa transaksi *murabahah* begitu dominan dalam pelaksanaan investasi perbankan syariah ialah :

- 1) *Murabahah* merupakan mekanisme penanaman modal jangka pendek dengan pembagian untung rugi atau bagi hasil.
 - 2) *Mark-up* (keuntungan) data ditetapkan dengan cara yang menjamin bahwa bank mampu mengembangkan dibandingkan dengan bank-bank yang berbasis bunga dimana bank-bank Islam sangat kompetitif.
 - 3) *Murabahah* menghindari ketidakpastian yang diletakkan dengan perolehan usaha berdasarkan sistem bagi hasil.
 - 4) *Murabahah* tidak mengizinkan bank Islam untuk turut campur dalam manajemen bisnis karena bank bukanlah partner dengan klien tetapi hubungan mereka adalah hubungan kreditur dengan debitur.
- b. Akad *Wakalah bil Ujrah* merujuk pada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;
 Dalam fatwa ini, yang dimaksud dengan akad *wakalah bil ujrah* adalah pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dengan imbalan pemberian *ujrah* (fee). Akad ini dapat diterapkan pada produk asuransi yang mengandung unsur tabungan

(*saving*) maupun unsur *tabarru'* (*non-saving*). Akad *wakalah bil ujarah* dapat diterapkan antara perusahaan asuransi dengan peserta.²⁵

- c. Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*;
Akad *ju'alah* diatur dalam fatwa MUI No. 62 Tahun 2007 tentang Akad *Ju'alah*. Akad *ju'alah* merupakan janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/ju'l*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. *Ja'il* (pihak yang memberikan imbalan) berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (*natijah*) yang ditentukan. Kemudian ada pihak *maj'ul lah* ialah pihak yang melaksanakan pekerjaan untuk mendapatkan imbalan dari *ja'il*. *Maj'ul lah* berhak menerima imbalan apabila hasil dari pekerjaan yang diberikan oleh *ja'il* terpenuhi. Akad ini dapat diterapkan pada bentuk pelayanan jasa, baik dari sektor keuangan, bisnis, maupun sektor lainnya yang pembayaran imbalannya (*reward/iwadh/ju'l*) bergantung pada pencapaian hasil (*natijah*) yang telah ditentukan.²⁶
- d. Akad *Ijarah* merujuk pada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah*.

²⁵ DSN-MUI, *Fatwa DSN MUI No: 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujarah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah*, 7-8.

²⁶ DSN-MUI, *Fatwa DSN MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah*, 4-5.

Akad ini merupakan suatu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Akad *ijarah* dapat diterapkan pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS), yang memenuhi *sighat ijarah* (Ijab dan Qabul), terdapat pihak-pihak yang berakad diantaranya pemberi sewa/jasa dan penyewa/pengguna jasa, serta terdapat objek akad yakni manfaat barang dan sewa atau manfaat jasa dan upah.²⁷

- e. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah serta dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

²⁷ DSN MUI, *Fatwa DSN MUI No: 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah*, 1-3.

BAB III

GAMBARAN UMUM SISTEM PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG DI PT. ORINDO ALAM AYU

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah dan Profil Perusahaan

Dimulai sejak tahun 1967, disebuah kantor kecil yang berada di Stockholm. Terdapat dua orang bersaudara yakni Jonas dan Robert of Jochnick serta teman-teman mereka, Bengt Hellsten yang sedang duduk dan membicarakan tentang impian mereka. Mereka ingin untuk membuat suatu perusahaan yang berbeda dan menawarkan berbagai jenis produk yang berbeda dari perusahaan lainnya. Kemudian mereka mendapatkan ide dengan cara memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mendapatkan manfaat dari produk kecantikan yang berkualitas tinggi yang terinspirasi dari negara Swedia. Pada waktu itu, ide ini bukanlah suatu hal yang umum khususnya di negara Swedia. Tetapi percakapan tersebut justru menandai awal dari perjalanan luar biasa yang bahkan terus menginspirasi sampai lebih dari 50 tahun yang akan datang. Kemudian perusahaan ini diberi nama Oriflame. Setelah beberapa dekade berkembang di berbagai negara salah satunya di Indonesia.

Dwi Amanah selaku member Oriflame dengan level *Director* mengatakan bahwa “Oriflame kan di Swedia, kalo di Indonesia namanya PT. Orindo Alam Ayu”.¹ Di Indonesia, Oriflame dikenal dengan sebutan PT. Orindo Alam Ayu yang merupakan suatu

¹ Wawancara dengan Dwi Amanah selaku member Oriflame (*Director*) pada 07 Januari 2023 pukul 16.03 WIB.

perusahaan yang mempunyai hak distribusi eksklusif untuk memasarkan produk oriflame serta oriflame Sweden melalui sistem penjualan langsung. Pada saat ini, Oriflame telah hadir di lebih dari 60 negara dengan jumlah member yang menjual dan mempromosikan produk kecantikan dan Welbeing hingga mencapai tiga juta orang. Oriflame merupakan suatu perusahaan dengan karakteristik semangat “Saya Bisa” manajemen yang tersebar, dengan atmosfer muda dan kewirausahaan yang tinggi.

PT. Orindo Alam Ayu merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang bekerja dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang menawarkan berbagai produk kosmetik, perawatan kulit, perawatan badan, tata rias wajah, wewangian, perawatan rambut, dan lain sebagainya.

Oriflame mulai beroperasi di Indonesia sejak tanggal 11 Desember 1985 oleh Ir. Setyadi Wibisono dan Nona Hedy Reny Pattipeilohy dengan badan hukum yang bernama PT. Orindo Alam Ayu dan akta notaris No. 15 oleh Notaris Arikanti Natakusumah S.H yang mendirikan PT. Orindo Alam Ayu di Jakarta dan di berbagai cabang lain yang telah ditentukan. Perusahaan ini didirikan dengan maksud dan tujuan untuk menjalankan usaha khususnya di bidang industri. Pada tanggal 8 April 2009 perusahaan ini berubah status menjadi Perusahaan Penanaman Modal Asing oleh notaris Mala Mukti S.H., LL., M., No. 14 tentang Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa dan No. 15 tentang Akta Pengambil Alihan (akuisisi) dengan saham 60%.

Pada waktu itu, Oriflame sebagai pelopor bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di Indonesia. Oriflame memiliki banyak cabang

dan ribuan konsultan yang ada di Indonesia. Saat ini, Oriflame Indonesia merupakan perusahaan kosmetik dengan sistem penjualan mandiri nomor 1 di Indonesia. Meskipun berkembang dengan cepat, Oriflame tidak pernah meninggalkan konsep bisnis awalnya yakni *Natural Swedish Cosmetic* yang dijual dari teman untuk teman. Perusahaan PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang berkembang sangat cepat di berbagai negara yang ada di dunia serta termasuk perusahaan kecantikan berbasis penjualan langsung terbesar di Eropa.

Perusahaan Oriflame merupakan salah satu anggota perdagangan *Direct Selling Association* (DSA) yang dihormati oleh beberapa negara dan merupakan salah satu anggota *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA). Sebagai salah satu anggota dari WFDSA, Oriflame berjanji untuk mematuhi Kode Etik yang telah dibuat oleh Federasi. Kode Etik merupakan seperangkat aturan yang dibuat untuk memastikan bahwa perusahaan yang bergerak dalam bidang industri penjualan langsung memperlakukan karyawan dan pelanggan secara etis dan adil.

a. 1967 - Rangkaian Produk Pertama

Awalnya produk pertama Oriflame terdiri dari krim kulit, lipstik, dan maskara. Sementara semua produk Oriflame ini yang dibuat khusus untuk perawatan tubuh didasarkan pada ramuan dan ekstrak tumbuhan dari negara Swedia. Para pendiri perusahaan ini bersikeras untuk tidak menguji produk apapun pada hewan. Hal ini merupakan suatu pemikiran yang tidak umum pada masa itu.

b. 1970 - Metode Penjualan yang Inovatif

Perusahaan ini mencoba berbagai cara terbaru dan difokuskan kepada *Beauty Guide* dan penjualan secara langsung. Pada bulan Agustus 1970 lalu, perusahaan ini mencetak *Beauty Guide Oriflame* pertama kali dengan total keseluruhan 1000 eksemplar.

c. 1970s – *Tender Care* diluncurkan

Awalnya *Tender Care* dijual untuk dijadikan sebagai krim mata. Tetapi *Tender Care* ini semakin terkenal karena manfaatnya yang dapat membantu merawat kulit kering. Saat ini produk *Tender Care* merupakan produk dengan penjualan terbesar di perusahaan ini yakni dengan total penjualan lebih dari 40 juta kemasannya yang terjual.

d. 1982 – Bursa Saham London

Oriflame merupakan perusahaan asing pertama yang terdaftar di Bursa Saham London sejak Perang Dunia II.

e. 1997 – Oriflame.com diluncurkan

Oriflame.com merupakan situs website resmi dari perusahaan Oriflame. Pada tahun 1997 situs website ini resmi diluncurkan.

f. 1999 – *Word Childhood Foundation*

Perusahaan Oriflame bekerja sama dengan Ratu Silvia dari Swedia, kemudian mendirikan yayasan *Word Childhood Foundation* guna untuk meningkatkan kesadaran akan nasib anak-anak yang terpinggirkan di seluruh dunia, terutama anak perempuan.

g. 2008 – Pusat Penelitian dan Pengembangan dibuka

Pada tahun 2008, terjadilah peluncuran Pusat Penelitian dan Pengembangan Perusahaan Oriflame yang meliputi ruang uji klinis khusus, *Oriderm*, dimana dari semua produk Oriflame dapat

diujikan kepada konsumen guna untuk mendapatkan hasil yang nyata.

h. 2009 – *Skin Research Institute* dibuka

Di Stockholm, para ahli Perusahaan Oriflame mengawali risetnya yang ditujukan untuk menciptakan inovasi unik sebagai perawatan kulit berikutnya.

i. 2015 – Peluncuran Rangkaian *NovAge*

NovAge menawarkan berbagai rangkaian kulit dengan teknologi mutakhir yang didukung dengan teknologi yang canggih *PhytoCELL* dan dirancang agar dapat mel engkapi aneka kebutuhan kulit para konsumen, serta telah dibuktikan secara klinis.

j. 2017 – Perayaan ke 50 tahun Oriflame

Setelah terbentuk pada tahun 1967, Perusahaan Oriflame resmi merayakan peringatan hari jadinya yang ke-50 tahun pada tahun 2017 sebagai sebuah perusahaan dan siap menanti perayaan untuk 50 tahun yang akan datang.

2. Hak dan Kewajiban Oriflame

a. Hak Oriflame

- 1) Menolak suatu permohonan pendaftaran keanggotaan ataupun permohonan pendaftaran kembali dengan alasan apapun
- 2) Menerima dan menyimpan data-data pribadi calon member yang akan digunakan sesuai ketentuan
- 3) Memberikan berbagai sanksi atas pelanggaran yang dilakukan anggotanya

- 4) Melakukan pemotongan pajak atas penghasilan member sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku
 - 5) Setiap tagihan member yang sudah lewat jatuh tempo kepada Oriflame, maka Oriflame berhak untuk memotong dari *Performance Discount* atau bonus yang diberikan oleh Oriflame kepada member tersebut
 - 6) Oriflame berhak atas perubahan harga jual produk tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada membernya
 - 7) Terkait dengan pengakhiran hubungan keanggotaan member oleh Oriflame, maka Oriflame dapat membeli kembali produk dari member tersebut
 - 8) Pengembalian produk harus dilakukan paling lambat 12 (dua belas) bulan sejak tanggal pembelian produk, dengan ketentuan :
 - a) Pengembalian dana sebesar 90% (sembilan puluh persen) dari harga asli (setelah dikurangi pajak pertambahan nilai) yang dibayarkan setelah dipotong setiap pembayaran *Performance Discount* atau bonus kepada jaringan
 - b) Produk yang dapat dikembalikan yakni produk yang dapat dipasarkan kembali oleh Oriflame, dalam artian belum melewati masa kadaluarsa dan masih dapat dipasarkan Oriflame dalam katalognya.
- b. Kewajiban Oriflame
- 1) Memberikan fasilitas yang dicantumkan dalam formulir keanggotaan member

- 2) Memberikan pelatihan atas *Success Plan* dan kode etik serta aturan perilaku kepada member
- 3) Menjalankan kegiatan usaha sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti melakukan perubahan perjanjian keanggotaan dan *Literature Oriflame* jika dipersyaratkan dengan adanya peraturan perundang-undangan yang berlaku
- 4) Memberikan pemberitahuan dan/atau sosialisasi minimal 30 (tiga puluh) hari sebelum efektifnya perubahan jika ada perubahan dalam kode etik dan aturan perilaku serta *Success Plan*.²

B. Produk Oriflame

Produk Oriflame dibagi kedalam 4 bagian yakni produk anak-anak, remaja, wanita dewasa dan pria. Serta terdapat berbagai pilihan produk yang dimiliki oleh Oriflame seperti *makeup*, *skincare*, perawatan tubuh, wewangian, produk kesehatan, serta aksesoris.. Konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Tabel 3.1 Jenis-jenis produk Oriflame

No.	Jenis Produk	Produk
1.	Perawatan Tubuh	<ul style="list-style-type: none"> - Milk & Honey Gold Liquid Hand Soap - Silk Beauty White Glow Hand Cream - Hand and Body Care - Shampoo - Optifresh

² Kode Etik Oriflame

		- Body Lotion
2.	Wewangian	- Amber Elixir - Vip Only Eau De Parfum - Posses - Eclat - The One
3.	Makeup	- Lipstick - Foundation - Powder -Nails
4.	Skincare	- Novage - Optimals - Pure Skin - Sun Zone - Tender Care - Essensials - Lip Balm - Optimals Body
5.	Produk Kesehatan	- Nutrishake - Madu Hutan Tesso Nilo
6.	Aksesoris	- Hay Handbag

6 RANGKAIAN PRODUK ORIFLAME

Produk berbahan dasar alami dengan kualitas tinggi, tidak diujicobakan pada hewan, harganya terjangkau dengan total lebih dari 800 pilihan produk.



Perawatan Kulit Wajah



Tata Rias



Wewangian



Produk Kesehatan



Perawatan Tubuh



Aksesoris

 **BeST Community**
Be Success Together

Gambar 3.1

Karakteristik produk Oriflame antara lain :

1. Kandungan alami, terbuat dari bahan dasar tumbuhan.
2. Terjamin 100% garansi kepuasan
3. Tidak diuji coba pada hewan
4. Menghargai lingkungan hidup
5. Kemasan produk tidak mengandung PVC sehingga dapat didaur ulang
6. Menjaga kelayakan produk
7. Terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Dunia dan Indonesia serta telah terdaftar di BPOM dan DEPKES RI.

Produk Oriflame dikembangkan di Pusat Penelitian dan Pengembangan Oriflame dengan ratusan orang ilmuwan ahli dan diproduksi di beberapa pabrik milik sendiri dengan menggunakan peralatan yang sudah modern dan berstandar produksi tertinggi untuk menjamin kualitas produk yang terbaik.

Seperti yang dikatakan oleh Dwi Amanah selaku member Oriflame bahwa, “produk-produk Oriflame dijual ke konsumen melalui membernya dengan sistem *pre order* jadi setiap member tidak diperbolehkan untuk stok produk”.³ Dalam profil Oriflame telah dijelaskan bahwa, pada dasarnya semua produk Oriflame yang dipasarkan di Indonesia telah dibuat menggunakan formula yang halal serta bekerja sama dengan ahli global dan menggandeng penyedia bahan baku halal. Selain itu dalam proses produksi dijalankan dengan standar halal. Produk yang dipasarkan di

³ Wawancara dengan Dwi Amanah selaku member Oriflame dengan level *Director* pada 06 Maret 2023.

Indonesia telah mendapatkan fatwa halal dari MUI serta sertifikat halal.⁴

C. Mekanisme Sistem Kinerja di PT. Orindo Alam Ayu

Adapun sistem yang diterapkan dalam bisnis di PT. Orindo Alam Ayu yakni melalui sistem penjualan langsung berjenjang syariah yang mengandung unsur-unsur positif yang disesuaikan dengan syariah Islam. Dibuktikan dengan adanya pemberian sertifikat kesesuaian syariah oleh DSN MUI setelah melalui proses kunjungan dan pemeriksaan. Sertifikat tersebut diterbitkan oleh DSN MUI berdasarkan surat keputusan untuk lembaga bisnis dan/atau lembaga perekonomian yang menyatakan bahwa akad, produk, serta kegiatan yang ada pada bisnis ini telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah khususnya Fatwa DSN MUI, yang masa berlakunya selama 3 tahun dan dapat diperpanjang. PT. Orindo Alam Ayu telah lolos dalam pemeriksaan dan kunjungan dari tim penilai DSN MUI. Sehingga mulai tanggal 17 Oktober 2022 berlaku sampai 16 Oktober 2025 PT. Orindo Alam Ayu telah resmi menjadi perusahaan bisnis MLM Syariah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

⁴ <https://id.oriflame.com>, diakses pada 02 Juni 2023 Pukul 21.13 WIB.



Gambar 3.2

Bisnis ini menjualkan produknya melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha kepada sejumlah orang secara berurutan. Selain distributor melakukan penjualan produk kepada konsumen, distributor tersebut juga disarankan untuk melakukan perekrutan anggota baru untuk pengembangan bisnisnya, serta di Oriflame juga tidak ada jasa iklan yang khusus untuk memasarkan produknya melainkan para distributor sendiri yang memasarkan produknya baik secara *offline* maupun secara *online* dengan menggunakan berbagai media.

Dalam hal penjualan produk bisnis Oriflame yang berkaitan langsung dengan konsumen sudah memenuhi rukun jual beli diantaranya :

- a. Ada pihak yang berakad yakni distributor dan konsumen
- b. Terjadi ijab dan kabul diantara kedua belah pihak (distributor dan konsumen)
- c. Terdapat produk yang diperjual belikan oleh distributor kepada konsumen

- d. Terdapat nilai tukar dari hasil penjualan produk tersebut berupa nilai tukar (uang).⁵

Berikut ini merupakan penjelasan sistem yang diterapkan di PT. Orindo Alam Ayu:

1. Member Oriflame

Mencakup semua anggota Oriflame yang telah terdaftar dalam sistem Oriflame tanpa memandang jabatan dan/atau tingkatan levelnya. Member Oriflame diartikan sebagai para penjual langsung yang termasuk bagian dari struktur organisasi Perusahaan yang memasarkan produk kepada konsumen secara langsung dengan mendapatkan hak-hak sebagai member atas kinerjanya dalam memasarkan produk. Member Oriflame terdiri dari :

- a. Member Independen Level 0%
 - 1) Berhak memulai memasarkan produk-produk Oriflame dengan harga katalog dengan mendapatkan diskon member 23%
 - 2) Mendapatkan starter kit dan hak menggunakan aplikasi Oriflame
 - 3) Diskon produk bagi yang memenuhi kualifikasi *welcome program* yang diadakan perusahaan
 - 4) Pelatihan *succes plan* dan kode etik

⁵ Ari Kurniawan, "Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah", *Justitia*, vol. 1, no. 1 (April 2017), 51-52.

- b. *Brand Partner*, merupakan member baru yang telah sukses melakukan pendaftaran dan pembayaran member baru, serta telah melakukan pembelian produk.
 - 1) Mendapatkan keuntungan Member Independen
 - 2) Berhak memulai membangun bisnis dan jaringan sebagai duta produk Oriflame
 - 3) Mulai mendapatkan bonus *performance discount* dengan memenuhi pembelanjaan pribadi 100 BP
 - 4) Mendapatkan *performance discount* sesuai pencapaian penjualan pribadi dan atau grup sebesar 3-9% dari total BV pribadi dan grup
- c. *Beauty Influencer* Level 12% - Senior Manager, member dengan peringkat antara level PD 12% hingga level PD 18%
 - 1) Mendapatkan semua keuntungan Brand Partner
 - 2) Mendapatkan *performance discount* sebesar 12-18% dari total BV pribadi dan grup
- d. *Beauty Entrepreneur* atau *Director*, member dengan peringkat level PD 21%
 - 1) Mendapatkan semua keuntungan Brand Partner
 - 2) Mendapatkan pelatihan tambahan sebagai Beauty Entrepreneur Team
 - 3) Mendapatkan *performance discount* sampai dengan 21% dari total BV pribadi dan grupnya yang belum mencapai 21% (*split out*)
 - 4) Mendapatkan bonus oriflame dari membangun jaringannya sebesar 4% dari total BV pribadi dan grup yang telah mencapai *split out* langsung dibawahnya

- 5) *Cash Award* yang didapatkan 1 kali setiap mencapai target level sampai dengan nilai tertinggi adalah Rp 28 juta
- 6) Level Gold Director mendapatkan tambahan bonus dari membangun jaringannya sebesar 1% dari total BV grup di garis keduanya
- 7) Level Saphire Director mendapatkan tambahan bonus dari membangun jaringannya sebesar 0,5% dari total BV grup di garis ketiganya.

“Ini untuk level-level dan perolehan bonus yang ada di Oriflame, untuk dapat naik level caranya dengan mengumpulkan poin. Poin bisa didapatkan dari poin grup yang ada di jaringan kita maupun jaringan *downline* kita” penjelasan oleh Nuril Ilma, yang diperoleh dari wawancara dengan para narasumber.⁶



LEVEL	TITLE	BP	BONUS RATA-RATA
21%	Beauty Entrepreneur	10.000	5-9 Juta
18%	Beauty Influencer	6.600	3-4 Juta
15%	Beauty Influencer	4.000	2-3 Juta
12%	Beauty Influencer	2.400	1-2 Juta
9%	Brand Partner	1.200	400-800 Ribu
6%	Brand Partner	600	200-400 Ribu
3%	Brand Partner	200	50-100 Ribu

BeST Community
Be Success Together

Gambar 3.3
Tingkatan member Oriflame

⁶ Wawancara dengan Nuril Ilma selaku Member Oriflame dengan level *Brand Partner* Pada 10 Januari 2023

Persyaratan menjadi Member Oriflame :

- a. Calon member Oriflame harus disponsori oleh Member Oriflame yang lain yang sudah terdaftar.
- b. Satu orang hanya dapat memiliki satu keanggotaan sebagai Member Oriflame.
- c. Hanya dapat diberikan kepada perorangan dengan persyaratan sebagai berikut :
 - 1) Warga Negara Indonesia.
 - 2) Minimal berusia 18 tahun serta memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang dikeluarkan oleh Pemerintah Republik Indonesia.
 - 3) Bagi yang berusia dibawah 18 tahun atau belum mempunyai Kartu Tanda Penduduk dapat bergabung dengan Member Oriflame dengan cara menyertakan surat persetujuan tertulis dari orangtua atau wali yang sah diatas materai serta dokumentasi kependudukan lainnya yang sesuai seperti akta kelahiran, kartu keluarga, atau buku nikah.
 - 4) Memberikan nomor dan nama rekening bank atau nomor rekening *digital wallet* yang benar sesuai nama calon Member Oriflame.
- d. Calon Member Oriflame harus bersedia dan sepakat untuk memenuhi ketentuan-ketentuan untuk bergabung sebagai Member Oriflame dan membayar pendaftaran yang berlaku.

Prosedur Pendaftaran Member Oriflame

Seorang pemohon Member Oriflame dapat mengajukan pendaftarannya secara :

- a. Langsung melalui Personal Beauty Store dengan cara :
 - 1) Mengisi formulir pendaftaran Keanggotaan Member secara online
 - 2) Menyetujui Syarat dan Ketentuan dan Kebijakan Privasi dalam Perjanjian Keanggotaan Oriflame
 - 3) Mengupload dan melampirkan copy atau salinan Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau identitas Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang sah tercatat di catatan sipil
 - 4) Memberikan surat pernyataan bukan karyawan atau keluarga langsung (Ayah/Ibu, saudara kandung dan/atau anak) dari karyawan Oriflame
 - 5) Melakukan aktivasi keanggotaan
 - 6) Membayar biaya pendaftaran.

Biaya pendaftaran yang dibebankan kepada calon member baru dengan harga normal sebesar Rp 49.900 atau jumlah lain yang dapat berubah sesuai dengan program promo pada periode terbatas yang dilakukan oleh Oriflame. Biaya pendaftaran ini wajib dibayarkan oleh calon member baru Oriflame secara online atau tagihan biaya pendaftaran yang belum dibayarkan akan masuk ke dalam keranjang di akun pendaftaran member baru tersebut. Dengan membayar biaya pendaftaran tersebut, member baru akan mendapatkan *Starter Kit* dari Oriflame, diantaranya :

- a) Hak penggunaan aplikasi online member Oriflame
 - b) Aplikasi bisnis Oriflame (*Oriflame Business Application*)
 - c) Hak penggunaan aplikasi *Oriflame Make Up Wizard*
 - d) Replika website Oriflame yang bersifat personal (*Personal Beauty Store*)
 - e) 1 (satu) buah katalog produk dan daftar harga
 - f) Profil perusahaan
 - g) *Success Plan Oriflame*
 - h) Panduan kebijakan yang terdiri dari kode etik dan aturan perilaku.
- b. Melalui Sponsor, sponsor membantu dalam hal :
- 1) Mengisi formulir pendaftaran Keanggotaan Member atas nama Calon Member, disertai dengan Surat Pernyataan berupa Informasi dan Persetujuan Pendaftaran dari Calon Member
 - 2) Mengupload dan melampirkan copy atau salinan Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau identitas Nomor Induk Kependudukan (NIK) Calon Member sesuai aslinya
 - 3) Memberikan Surat Pernyataan dari Calon Member bukan termasuk karyawan atau keluarga langsung (Ayah/Ibu, saudara kandung dan/atau anak) dari karyawan Oriflame
 - 4) Member melakukan aktivasi keanggotaan dan menyatakan persetujuan atas Syarat dan Ketentuan
 - 5) Serta membayar biaya pendaftaran.
- “Cara menjadi member ada 2, tapi dalam praktiknya lebih sering dilakukan melalui sponsor karena selain member baru

dibantu untuk pendaftaran juga akan mendapatkan suatu tim yang saling *men-support*.” Penjelasan dari Isnaeni ketika diwawancara terkait perekrutan member.⁷

Setelah mendaftar menjadi member Oriflame yakni dengan disponsori oleh member lain atau bergabung melalui *personal beauty store*, setiap member Oriflame memiliki kesempatan sebagai :

- a. Pemakai, member Oriflame tidak perlu untuk melakukan penjualan serta merekrut member baru. Hanya saja dia membeli serta memakai produk Oriflame langsung dari Perusahaan dengan harga yang jauh lebih murah dari harga katalog yakni diskon sebesar 23% dan mendapatkan poin dari setiap produknya. Serta member tersebut berhak mendapatkan bonus bulanan dari Oriflame apabila dia berhasil mengumpulkan poin yang telah mencapai target dari Oriflame.
- b. Penjual, selain memakai produknya member ini juga bisa menjual produk Oriflame dengan cara dipasarkan atau ditawarkan secara langsung kepada konsumen atau melalui media sosial. Member ini juga akan mendapatkan bonus 23% dari harga katalog ketika melakukan pembelian di Oriflame serta mendapatkan BP per produk yang dikumpulkan untuk ditukarkan hadiah bulanan jika telah mencapai target yang ditentukan oleh Oriflame.
- c. Pebisnis, member ini bisa memakai dan menjual produk-produk Oriflame serta merekrut dan membangun tim baru

⁷ Wawancara dengan Isnaeni selaku Member Oriflame dengan level *Brand Partner* pada 07 Januari 2023

dengan cara mengajak orang-orang untuk mendaftar sebagai member Oriflame dan melakukan pembelian produk Oriflame serta member ini mempunyai tanggung jawab untuk membina timnya agar sukses bersama. Selain mendapatkan keuntungan pemakaian, keuntungan penjualan, bonus bulanan, member ini juga dapat keuntungan untuk *world travelling* ketika mereka berhak mencapai target yang ditawarkan. Member ini juga dapat mewariskan keanggotaannya ke pihak keluarga apabila berhalangan.



Gambar 3.4

Masa Berlaku Keanggotaan Oriflame

- a. Keanggotaan member Oriflame berlaku mulai tanggal pendaftaran untuk periode selama 12 (dua belas) bulan terhitung sejak tanggal pendaftaran
- b. Nomor keanggotaan Oriflame akan berakhir secara otomatis dalam kondisi sebagai berikut :
 - 1) Bagi member baru, jika tidak melakukan pesanan dalam waktu 6 (enam) bulan sejak tanggal terdaftar, maka nomor

keanggotaannya akan berakhir secara otomatis pada 6 (enam) bulan sejak tanggal pendaftaran.

- 2) Bagi member Oriflame yang pernah mencapai Level PD 12% (dua belas persen) atau lebih, dan pernah menerima pendapatan PD sebesar Rp. 500.000 (lima ratus ribu rupiah) atau lebih. Kemudian jika tidak melakukan pesanan BP selama 12 (dua belas) bulan sejak BP terakhirnya, maka nomor keanggotaannya akan berakhir secara otomatis dalam waktu 12 (dua belas) bulan sejak pesanan BP yang terakhir.
- 3) Keanggotaan dapat diperpanjang setiap tahunnya atas persetujuan pihak Oriflame. Dengan membayar biaya perpanjangan keanggotaannya sama halnya seperti biaya pendaftaran menjadi member baru Oriflame yakni Rp. 49.900 (empat puluh sembilan ribu sembilan ratus rupiah) yang digunakan untuk memperpanjang hak akses member atas perangkat-perangkat digital Oriflame dan akan dimasukkan pada tagihan pertama member Oriflame setelah masa keanggotaannya diperbarui dan diperpanjang.

Hak dan Kewajiban Member Oriflame

a. Hak Member Oriflame

- 1) Mendapatkan program pembinaan, bantuan pelatihan, dan berbagai fasilitas dari Oriflame yang diberikan kepada member Oriflame atau jaringannya
- 2) Mendapatkan penerimaan komisi, bonus *cash award*, dan/atau hadiah selama member Oriflame mematuhi setiap kewajiban dalam kode etik dan aturan perilaku Oriflame

- 3) Mendapatkan kesempatan yang sama untuk melakukan kegiatan bisnis Oriflame.
- b. Kewajiban Member Oriflame
- 1) Kewajiban umum
 - a) Member Oriflame tidak boleh melibatkan diri dalam suatu kegiatan yang dapat menimbulkan persepsi dan/atau reputasi buruk dan/atau pencemaran nama baik bagi Oriflame maupun diri sendiri
 - b) Member Oriflame harus mengambil langkah yang tepat untuk memastikan perlindungan semua informasi pribadi yang diberikan oleh pelanggan, calon pelanggan, member oriflame lainnya, sesuai dengan undang-undang yang berlaku
 - c) Member Oriflame wajib menggunakan jaringan Oriflame hanya untuk memasarkan produk-produk dan/atau jasa yang berhubungan dengan bisnis Oriflame
 - d) Member Oriflame harus mengakui bahwa Oriflame beroperasi di pasar dan negara tertentu, dan benar-benar mematuhi kewajibannya terkait keamanan produk, registrasi produk, impor dan aturan lain yang berlaku untuk perdagangan di negara tertentu.
 - 2) Kewajiban terhadap konsumen
 - a) Member Oriflame dilarang menggunakan praktik penjualan yang menyesatkan, menipu atau tidak adil

- b) Member Oriflame wajib memastikan transparansi tentang identitas dirinya sebagai member Oriflame dalam setiap komunikasi yang terkait
- c) Member Oriflame menawarkan kepada Konsumen terkait produk-produk Oriflame dengan data yang akurat dan jelas serta memberikan jawaban yang mudah dipahami untuk pertanyaan yang disampaikan oleh Konsumen
- d) Member Oriflame tidak diperbolehkan menggunakan testimoni yang tidak sah, serta tidak terkait dengan penawaran atau digunakan dengan cara apapun yang dapat menyesatkan pelanggan
- e) Memberikan pengetahuan yang cukup kepada calon member yang akan disponsorinya mengenai syarat dan ketentuan mendapatkan bonus sebagai member Oriflame
- f) Member Oriflame dilarang memaksa seseorang untuk membeli produk Oriflame kepadanya.

Larangan Bagi Member Oriflame

- a. Member Oriflame dilarang memperbanyak atau mendapatkan dari sumber apapun selain Oriflame
- b. Member Oriflame tidak diperbolehkan menjual produk-produk Oriflame pada outlet ritel, *online shop*, *marketplace*, dan lainnya
- c. Dilarang melakukan *Double Membership* dalam melakukan usahanya di Oriflame, diantaranya :

- 1) Melakukan pendaftaran ulang dengan kartu identitas yang berbeda
 - 2) Melakukan pendaftaran ulang menggunakan nama yang berbeda di jaringan yang berbeda
 - 3) Melakukan pendaftaran ulang menggunakan nama yang sama di jaringan yang berbeda
 - 4) Melakukan pendaftaran ulang dengan kartu identitas yang diubah sehingga tidak sesuai dengan aslinya
 - 5) Menggunakan bisnis Oriflame tidak dengan nama yang didaftarkan, seperti mendaftar dengan nama sendiri tetapi yang menjalankan bisnisnya adalah kakak atau adik ataupun orang lain
 - 6) Suami dan istri yang terdaftar di jaringan yang berbeda
- d. Jika terdapat *Double Membership* maka nomor anggota yang baru beserta seluruh jaringan yang sudah ada akan dikembalikan ke nomor anggota yang lama kemudian nomor anggota baru akan dihapus
- e. Jika pelanggaran dilakukan oleh member dengan Level %PD lebih dari 21% maka member tersebut akan diberi sanksi pemblokiran dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh Presiden Direktur Oriflame dan terdaftar didalam nomor pelanggaran kode etik dan aturan perilaku, tetapi jika pelanggaran dilakukan oleh member dengan level %PD kurang dari 21% maka keanggotaan member tersebut akan diakhiri dan terdaftar didalam nomor pelanggaran kode etik
- f. Pada masa investigasi, *upline* terbukti terlibat kasus pelanggaran *Double Membership* yang dilakukan oleh

downline-nya dan/atau pembajakan anggota di dalam jaringannya, maka *upline* tersebut akan terkena sanksi pemblokiran keanggotaan dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh Presiden Direktur Oriflame

- g. Member yang terlibat dalam pelanggaran kasus kode etik akan diumumkan di *Leaders Meeting*, *neswletter*, serta papan pengumuman di kantor-kantor cabang dan/atau di website Oriflame.⁸

2. Metode Penjualan Produk

a. Sistem Oriflame

Dalam Perusahaan PT. Orindo Alam Ayu terdapat beberapa sistem yang digunakan dalam berbisnis yaitu :

- 1) Bisnis mandiri dengan cara membeli, menjual serta mensponsori
- 2) Kesempatan yang sama dan adil bagi setiap orang untuk mencapai kesuksesan
- 3) Kesempatan untuk mendapatkan dukungan pelatihan dan praktek berbisnis bagi setiap orang

b. Pembelanjaan Produk Oriflame

- 1) Menambahkan pesanan yang ada di katalog dengan memilih produk yang diinginkan, kemudian pesanan tersebut dianggap sebagai sebuah penawaran yang diberikan member kepada Oriflame untuk membeli produk yang dipilih.

⁸ Kode Etik Oriflame

- 2) Mengisi formulir pemesanan dan menyampaikannya ke *Customer Service* atau jika melalui online dengan pilih “tambahkan ke keranjang” yang sewaktu-waktu bisa berubah dengan menambahkan produk atau menghapus produk dari keranjang belanja.
- 3) Memberikan data pribadi yang dibutuhkan guna pengiriman produk.
- 4) Memilih metode pengiriman dan melakukan pembayaran.
- 5) Setelah pihak Oriflame telah menerima pesanan yang dibuat, untuk konfirmasi pesanan akan dikirimkan melalui surat elektronik (e-mail) yang berarti kontrak pembelian telah terjadi dan disetujui kedua belah pihak.

c. Harga dan Pembayaran Produk

- 1) Semua harga yang ada didalam katalog ditampilkan dalam bentuk rupiah dan harga sudah termasuk kedalam pajak pertambahan nilai (PPN).
- 2) Harga setiap produk akan berubah-ubah setiap waktu sesuai dengan ketetapan Oriflame.
- 3) Harga produk tidak termasuk biaya transportasi, biaya pengiriman dan beban lain akan dimasukkan kedalam beban tambahan dan akan berbeda-beda sesuai dengan metode pengiriman yang dipilih.
- 4) Oriflame dapat memberikan diskon atau potongan harga untuk produk-produk tertentu pada waktu periode promosi. Besaran diskon setiap produknya yakni 23% dari harga yang ada di katalog.

- 5) Pembayaran pembelanjaan produk dapat melalui kartu kredit, transfer rekening bank maupun cara lainnya.
- 6) Setiap tagihan harus dibayarkan dalam jangka waktu maksimal 7 (tujuh) hari. Pembayaran yang terlambat akan dikenai beban bunga harian. Oriflame berhak membatalkan pesanan jika tidak melakukan pembayaran dalam jangka waktu tersebut.
- 7) Informasi lain terkait pembayaran dapat menghubungi Customer Service Oriflame.

	OnColour Big Lash Mascara... 42273 - Black 7	35 Poin Rp268.800
	OnColour Cream Lipstick 46604 - Romantic Pink 1	3 Poin Rp23.000
	OnColour Cream Lipstick 38689 - Cranberry Red 1	3 Poin Rp23.000
	OnColour Cream Lipstick 46601 - Rosy Pink 1	3 Poin Rp23.000

Gambar 3.5
Poin Hasil Pembelanjaan Produk

d. Cara mendapatkan penghasilan dari perusahaan Oriflame

Dalam praktiknya PT. Orindo Alam Ayu harga jual serta keuntungan ditetapkan oleh Perusahaan. Harga jual produknya sudah dicantumkan dalam katalog. Biasanya setiap bulan harga

promo di katalog berbeda dan telah diatur oleh Perusahaan. Member memasarkan produk melalui media sosial pribadi atau akun bisnisnya, ketika ada konsumen yang ingin membeli kemudian member tersebut melakukan pemesanan ke pihak Oriflame dengan sistem *pre order* (PO) serta member tidak boleh menyetok produk-produk Oriflame. Nuril Ilma selaku member Oriflame dengan level *Brand Partner* mengatakan bahwa, “Nanti setiap member yang belanja produk di Oriflame akan mendapatkan diskon 23% dan poin yang bisa ditukarin dengan hadiah Oriflame”.⁹ Member menjual kepada konsumen yakni dengan harga katalog yang telah dicantumkan, kemudian membayar ke pihak Oriflame sebesar harga katalog dikurangi dengan 23% per produknya (harga katalog – 23%). 23 % tersebut merupakan keuntungan yang diperoleh member setiap melakukan penjualan produk kepada konsumen. Selain itu, member juga mendapatkan BP (poin) dari hasil pembelian di Perusahaan yang dapat dikumpulkan dan ditukarkan dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan, setiap 1 BP dinilai sekitar Rp. 8.500. Member yang merekrut member baru sehingga dia mendapatkan tim, maka selain dia mendapatkan bonus pribadi hasil penjualan produk dia juga mempunyai kesempatan mendapatkan bonus yang diperoleh dari timnya serta bisa ditukarkan dengan bonus yang ditawarkan oleh perusahaan.

⁹ Wawancara dengan Nuril Ilma selaku member Oriflame dengan level *Brand Partner* pada 03 Maret 2023.

Setiap member di Oriflame akan mendapatkan penghasilan serta keuntungan yang didapatkan dengan melakukan penjualan produk, perekrutan member baru serta melakukan pembinaan terhadap member baru tersebut. Ketika member baru tersebut tidak melakukan pembelian produk ke pihak Oriflame maka *upline* tidak akan mendapatkan keuntungan dari perekrutan member tersebut. Setiap member *upline* maupun *downline* akan mendapatkan keuntungan yang sama dalam melakukan pembelian produk yakni sebesar 23% dan mendapatkan poin yang dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah. Dari perekrutan member baru maka akan menambah keuntungan bagi member yang mensponsori dari perolehan poin grup. Poin grup didapatkan dari kumpulan poin setiap anggota timnya. Isnaeni selaku member Oriflame dengan level *Brand Partner* mengatakan bahwa, “Cara naik level dengan cara mengumpulkan poin grup, poin grup = poin pribadi + poin member kita (tim)”.¹⁰ Ketika poin grup tersebut telah mencapai target perusahaan disetiap level maka *upline* akan naik level serta mendapatkan bonus sebab telah merekrut member baru. Sekilas bisnis ini disamakan dengan skema piramida dimana terdapat kesamaan dengan bisnis MLM yang didasarkan pada pemasaran jaringan. Setiap member ditugaskan untuk merekrut member baru untuk mendapatkan keuntungan dari perekrutan tersebut.

¹⁰ Wawancara dengan Isnaeni selaku member Oriflame dengan level *Brand Partner* pada 21 Februari 2023.

Berikut macam-macam bonus yang didapatkan oleh member Oriflame:

- 1) Poin Bonus atau *Bonus Points* (BP), setiap produk dalam katalog memiliki nilai BP yang berbeda yang telah ditentukan oleh Oriflame, 1 BP senilai dengan Rp. 8.500. Oriflame menghitung jumlah BP pada setiap pembelanjaan pribadi member, member yang disponsori dan grup mereka di setiap 1 (satu) periode katalog. Nilai BP akan menjadi 0 kembali di awal periode katalog berikutnya.

Tabel Konversi Bonus Point:

Bonus Points	Performance Discount
10.000+	21%
6.600 - 9.999	18%
4.000 - 6.599	15%
2.400 - 3.999	12%
1.200 - 2.399	9%
600 - 1.199	6%
200 - 599	3%
0 - 199	0%

*Personal Group-mu termasuk semua member yang kamu sponsori secara langsung, juga member yang mereka sponsori - namun tidak termasuk member yang mencapai level Performance Discount 21% atau downline mereka.

Gambar 3.6

Konversi Bonus Poin

- 2) *Performance Discount* (PD), pendapatan yang dihasilkan dari akumulasi pembelanjaan pribadi dan juga selisih dari nilai pembelanjaan pribadi member yang menjadi *downline* membernya. Selisih tersebut bukan diambil dari pendapatan member yang menjadi *downlinnya*, melainkan diberikan langsung oleh Oriflame sebagai penghargaan atas usahanya dalam membantu dan melatih anggota

grupnya (*downline*) sehingga berhasil melakukan penjualan produk Oriflame. Jumlah PD yang diperoleh dihitung berdasarkan total nilai BP pribadi dan selisih BP dari member *downlinenya*.

$$\text{PD} = \text{BP Pribadi} - \text{BP Dowline}$$

- 3) %PD Level atau Level PD, merupakan akumulasi BP dari pembelanjaan pribadi dan selisih nilai BP dari member yang disponsori. Level PD terdiri dari :
- 0% : 0-199 BP
 - 3% : 200-599 BP
 - 6% : 600-1.199
 - 9% : 1.200-2.399
 - 12% : 2.400-3.999
 - 15% : 4.000-6.599
 - 18% : 6.600-9.999
 - 21% : 10.000 ke atas

PERFORMANCE DISCOUNT (PD LEVEL) - TABEL PERHITUNGAN Bonus Poin (BP)

Group BP	% PD Level
10.000 +	= 21%
6.600 - 9.999	= 18%
4.000 - 6.599	= 15%
2.400 - 3.999	= 12%
1.200 - 2.399	= 9%
600 - 1.199	= 6%
200 - 599	= 3%
0 - 199	= 0%

BP dihitung setiap bulan atau per periode katalog untuk menentukan level peringkat masing-masing Member dan dihitung ulang setiap awal bulan periode katalog baru

Gambar 3.7

Jumlah maksimal Level PD adalah 21%. Total Level PD yang didapatkan oleh setiap member tergantung dari struktur grupnya dan dari total perolehan BP member grup

tersebut. Member tersebut harus melaksanakan pembelanjaan pribadi dan pembelanjaan grup dengan akumulasi BP tertentu yang termasuk jaminan minimal dan merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan pendapatan dari *Performance Discount* sesuai dengan % PD levelnya.

- 4) Bonus Oriflame, merupakan penghargaan dari Oriflame yang diberikan kepada Membronya, setelah member tersebut mencapai Level PD 21%. Bonus Oriflame terdiri dari beberapa bagian, diantaranya :
 - a) Bonus Oriflame 4%
 - b) Bonus Gold 1%
 - c) Bonus Sapphire 0,5%
 - d) Bonus Diamond 0,25%
 - e) Bonus Double Diamond 0,125%
 - f) Bonus Executive 0,0625%

Untuk mendapatkan bonus, setiap member harus melakukan pembelanjaan pribadi dan pembelanjaan grup dengan akumulasi BP tertentu yang merupakan jaminan minimal dan merupakan salah satu syarat mendapatkan bonus dalam 1 (satu) periode katalog.

- 5) Keuntungan Langsung atau *Immediate Profit*, merupakan keuntungan yang bisa didapatkan oleh member secara langsung atas penjualan produknya kepada para pelanggannya, dihitung dari selisih antara harga produk bagi konsumen di katalog dengan harga beli member yang

telah ditetapkan oleh sistem Oriflame yakni sebesar 23% setiap produknya.

- 6) *Car Bonus Program*, ini merupakan program khusus yang diberikan kepada member yang telah mencapai level Diamond Director yang disediakan khusus oleh Oriflame dengan memberikan kemudahan fasilitas bagi membernya untuk mendapatkan pembiayaan pembelian kendaraan melalui perusahaan pembiayaan yang ditunjuk oleh Oriflame. Keikutsertaan dalam program ini tidak diwajibkan bagi setiap member dan hanya bersifat sukarela dari member yang telah mencapai level Diamond Director dimana untuk syarat dan ketentuan untuk mengikuti program ini akan disepakati bersama dengan member dan Oriflame dalam bentuk perjanjian keikutsertaan *Car Bonus Program* dengan periode program selama 36 (tiga puluh enam) bulan. Program ini bukanlah termasuk pemberian hadiah langsung berupa kendaraan kepada member melainkan pembiayaan untuk pembelian kendaraan.
- 7) *Housing Incentive Program*, program ini diberikan oleh Oriflame kepada membernya yang telah mencapai level Diamond Director sebagai pilihan dari *Car Bonus Program*. Sama halnya dengan *Car Bonus Program*, program ini bukan merupakan pemberian hadiah langsung berupa rumah dari Oriflame kepada membernya melainkan biaya untuk pembelian rumah. Keikutsertaan member dalam program ini juga bersifat sukarela dan tidak wajib diikuti oleh setiap member Diamond Director akan

disepakati bersama oleh pihak Oriflame dan member dalam bentuk perjanjian keikutsertaan pada Housing Incentive Program dengan periode program selama 36 (tiga puluh enam) bulan.

- 8) Hadiah Uang Tunai atau *Cash Award*, merupakan hadiah dalam bentuk uang tunai yang diberikan oleh Oriflame dalam waktu maksimal 45 (empat puluh lima) hari setelah pencapaian member pada level-level tertentu, diantaranya :
- a) Director = Rp 7 juta
 - b) Senior Director = Rp 10 juta
 - c) Gold Director = Rp 14 juta
 - d) Senior Gold Director = Rp 21 juta
 - e) Sapphire Director = Rp 28 juta
 - f) Diamond Director = Rp 42 juta
 - g) Senior Diamond Director = Rp 56 juta
 - h) Double Diamond Director = Rp 70 juta
 - i) Executive Director = Rp 168 juta
 - j) Gold Executive Director = Rp 210 juta
 - k) Sapphire Executive Director = Rp 252 juta
 - l) Diamond Executive Director = Rp 294 juta
 - m) President Director = Rp 700 juta
 - n) Senior President Director = Rp 1,4 milyar
 - o) Gold President Director = Rp 2,1 milyar
 - p) Sapphire President Director = Rp 2,8 milyar
 - q) Diamond President Director = Rp 7 milyar

Khusus bagi *Cash Award* President Director ke atas *Cash Award* akan dibayarkan dalam 2 (dua) kali tahapan,

50% pada tahapan pertama akan dibayarkan maksimal 45 (empat puluh lima) hari setelah kualifikasi tercapai, 50% berikutnya diberikan pada tahapan kedua jika member mempertahankan pencapaian level yang sama dalam 6 kali di 12 periode katalog. *Cash Award* akan dibayarkan secara proporsional selama 6 kali setiap pencapaian peringkat tersebut. Penerimaan *Cash Award* oleh member merupakan *Nett*, dimana Oriflame akan menanggung biaya pajak atas hadiah *Cash Award* tersebut dan membayarkannya kepada negara Republik Indonesia sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku.

- 9) Welcome Program, merupakan program promo yang diberikan kepada member baru yang dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari mulai bergabung menjadi member Oriflame dan telah melakukan pembelian produk sebesar 100 BP, untuk bisa memberi satu produk dengan harga katalog maksimal senilai Rp 300.000 hanya dengan harga Rp 29.900. Program ini tidak dapat diuangkan dan/atau diganti dengan program lain.¹¹

¹¹ Wawancara dengan Dwi Amanah selaku Member Oriflame dengan level *Director* Pada 22 Januari 2023.



Gambar 3.8

Dwi Amanah selaku member Oriflame dengan level *Director* menyebutkan bahwa “di Indonesia itu udah ada 3 *Presiden* Oriflame Indonesia, dan di dunia itu ada 1 orang dari Rusia yang dia menduduki level tertinggi di Oriflame”¹²

¹² Wawancara dengan Dwi Amanah selaku member Oriflame dengan level *Director* pada 12 Februari 2023.

BAB IV

ANALISIS PENERAPAN FATWA DSN MUI NO. 75 TAHUN 2009 TERHADAP MLM PT. ORINDO ALAM AYU

A. Analisis Ketentuan Hukum Fatwa MUI terhadap PT. Orindo Alam Ayu

Setelah penulis melakukan wawancara selama melakukan penelitian terhadap para pihak Oriflame, penulis perlu menganalisis kesesuaian praktek penjualan pada PT. Orindo Alam Ayu terhadap fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), terkait dengan praktek penjualan, perolehan bonus, serta sistem kerja. Adapun kesesuaian tersebut yang harus dipenuhi oleh PT. Orindo Alam Ayu berdasarkan pada 12 poin dalam ketentuan hukum fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah agar bisa dikatakan sebagai bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* Syariah yaitu :

1. Terdapat objek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa;

Pada penelitian penulis menemukan bahwa penjualan produk di PT. Orindo Alam Ayu memiliki sekitar 1153 produk yang dipasarkan dan juga sudah terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. Produk tersebut terdiri dari 6 rangkaian diantaranya perawatan kulit wajah, tata rias, wewangian, produk kesehatan, perawatan tubuh serta aksesoris. Produk-produk tersebut juga mempunyai manfaat masing-masing serta telah memperoleh sertifikat halal dari MUI. Sehingga penulis

menyimpulkan untuk poin pertama ini PT. Orindo Alam Ayu sudah memenuhi kriteria terdapat objek yang riil dalam bertransaksi yakni berupa produk-produk yang telah disebutkan sebelumnya.

2. Barang atau produk jasa yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa transaksi penjualan di PT. Orindo Alam Ayu sangat menjaga kualitas produk dan telah teruji. Produk-produk dari Oriflame dibuat karena terinspirasi oleh Alam dan didukung oleh Ilmu Pengetahuan Swedia. Semua bahan yang digunakan untuk pembuatan produk Oriflame telah melalui proses penyeleksian eksklusif untuk menilai sumber, kualitas, juga keamanannya. Sehingga yakin bahwa seluruh produk Oriflame tidak hanya melalui proses kontrol kualitas untuk digunakan, melainkan juga dibuat dengan cara yang dapat dipertanggungjawabkan.

Sejak hadir di Indonesia lebih dari 35 tahun yang lalu, PT. Orindo Alam Ayu selalu menghadirkan produk-produk yang inovatif dan berkualitas tinggi. Selain menerapkan standar yang ketat dalam pengembangan produk dan bertanggung jawab terhadap alam, serta berusaha untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada seluruh pengguna produk Oriflame. Produk PT. Orindo Alam Ayu dengan resmi telah menyatakan bahwa seluruh produknya telah tersertifikasi halal dari MUI. Melalui sertifikasi halal ini diharapkan semua konsumen yang ada di Indonesia merasa lebih nyaman saat menggunakan produk Oriflame. Pada

dasarnya, semua produk Oriflame yang dipasarkan di Indonesia selama ini telah dibuat dengan formula yang halal. Selain bekerja sama dengan ahli global dan menggandeng penyedia bahan baku halal, serta proses produksi dijalankan sesuai dengan standar halal.

Sistem penjualan produk di PT. Orindo Alam Ayu selain bermanfaat untuk kecantikan tetapi juga bertujuan dengan menawarkan kesejahteraan kepada para anggotanya. Sehingga dengan adanya bisnis ini akan memberikan kontribusi yang baik pada negara Indonesia khususnya dengan bisa mengurangi tingkat pengangguran.

3. Transaksi jual beli tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *Zalim*, serta maksiat;

Sistem penjualan atau transaksi jual beli di PT. Orindo Alam Ayu tidak melakukan adanya spekulatif penjualannya karena produk-produk yang ada di PT. Orindo Alam Ayu sangat melindungi kebutuhan konsumen dengan transparan semua produknya jelas ukuran dan takarannya, begitu juga dalam pembagian bonusnya yang transparan. Sedangkan dalam bentuk *riba*, penjualan di PT. Orindo Alam Ayu tidak melakukan praktek *riba* dengan merugikan para konsumennya. Karena sistem penjualan produk di PT. Orindo Alam Ayu harga sudah tertera pada katalog produknya dan bonus sangat transparan serta perolehan dari mana dan penghitungan bonus yang sudah tertera sehingga bisa dipahami oleh anggotanya. Produk dari PT. Orindo Alam Ayu bukanlah sesuatu yang membahayakan melainkan produk dengan sejuta manfaat seperti untuk kecantikan,

kesehatan, memberikan wewangian, dan lainnya. Dalam penjualan dan sistem jaringannya PT. Orindo Alam Ayu juga tidak memberikan denda kepada para anggotanya jika tidak melakukan penjualan ataupun tidak melakukan perekrutan anggota baru.

4. Harga atau biaya barang atau produk jasa yang diperjual belikan tidak berlebihan (*excessive markup*) yang dapat merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang didapatkan;

Dalam penjualan produk PT. Orindo Alam Ayu harga sepadan dengan kualitas produk sehingga tidak terjadi biaya yang berlebihan terhadap produk. Sejauh penelitian, penulis menemukan bahwa produk PT. Orindo Alam Ayu sangat membantu para konsumen untuk membantu merawat kecantikan dirinya. Seperti yang dikatakan oleh Anisa konsumen dari produk Oriflame bahwa berbagai produk Oriflame yang terdiri dari *skincare* dan *make up* sangat membantu dirinya untuk merawat kecantikan dan merawat anggota tubuh lainnya.¹

5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;

Selama melakukan penelitian, penulis menemukan bahwa untuk mendapatkan penghasilan atau komisi dari PT. Orindo

¹ Wawancara dengan Anisa selaku Konsumen produk Oriflame pada 21 Februari 2023.

Alam Ayu terdapat 9 jenis, dari hasil analisis penulis setelah melakukan kajian terhadap pembagian bonus atau perolehan penghasilan penulis menemukan bonus dari PT. Orindo Alam Ayu akan diperoleh jika seorang member melakukan kegiatan penjualan produk, melakukan bimbingan dan mensponsori member baru. Seorang member PT. Orindo Alam Ayu tidak akan mendapatkan penghasilan jika hanya mendaftar kemudian tidak bekerja. Akan tetapi besaran bonus yang diperoleh oleh setiap membernya tergantung dari hasil usaha para anggota tersebut, jika hasil usahanya sedikit maka bonus yang didapatkan pun sesuai dengan usaha penjualannya.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggotanya harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dalam perusahaan PT. Orindo Alam Ayu sudah ditetapkan terkait dengan bonus yang akan diperoleh dengan pencapaian target tertentu. PT. Orindo Alam Ayu memberikan rincian bonus tersebut dan sangat transparan kepada setiap membernya sehingga setiap member dapat mengetahui ketentuan bonus tersebut. Maka jika melihat dari ketentuan hukum fatwa tersebut PT. Orindo Alam Ayu sudah menerapkan pemberian bonus sesuai dengan ketentuan hukum yang ada.

7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;

Dari hasil penelitian penulis semua bonus yang diperoleh para anggota PT. Orindo Alam Ayu tidak ada yang bersifat pasif namun semua bentuk bonus atau komisi diperoleh dari hasil usaha para anggotanya dengan cara melakukan penjualan produk Oriflame, mensponsori member baru, dan melakukan bimbingan kepada para member yang disponsornya. Untuk pelatihan dan bimbingan di PT. Orindo Alam Ayu memiliki sebuah *support system* dari setiap timnya.

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota tidak menimbulkan *ighra*’;

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dalam pemberian bonus PT. Orindo Alam Ayu masih mengandung unsur iming-iming terhadap para anggotanya akan tetapi tidak bersifat iming-iming yang berlebihan atau *ighra*’, karena imingan bonus tersebut bersifat riil atau nyata. Imingan tersebut bertujuan untuk memotivasi para anggotanya agar memenuhi kualifikasi atau sesuai dengan target penjualan, bukan termasuk imingan yang semu. Menurut penulis, sebuah perusahaan boleh saja menjanjikan bonus kepada para anggotanya untuk bekerja lebih giat lagi dan tidak bersantai-santai akan tetapi janji bonus tersebut harus bersifat nyata atau riil wujudnya atau dengan kata lain tidak hanya omongan semata.

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;

Dari hasil wawancara dengan para narasumber yakni member Oriflame, penulis menemukan bahwa pembagian bonus di PT. Orindo Alam Ayu berdasarkan usaha setiap anggota dalam melakukan penjualan produk atau mensponsori member baru. Setiap member dari level manapun mendapatkan keuntungan yang sama dari hasil pembelian produk sebesar 23% per produk serta mendapatkan poin dari hasil pembelian yang dapat ditukarkan dengan penawaran hadiah bulanan. Selain itu *upline* yang mensponsori member baru akan memperoleh poin grup dari setiap anggota timnya. Isnaeni selaku member Oriflame mengatakan bahwa, “Perolehan poin grup yakni dari jumlah poin pribadi ditambah dengan poin tim yang direkrutnya”.² Ketika poin grup tersebut telah mencapai target yang ditentukan perusahaan, maka *upline* akan naik level dan mendapatkan bonus. Hal inilah yang membedakan pendapatan keuntungan antara *upline* dengan member yang disponsorinya. Dimana karena *upline* selaku member yang mensponsori member baru serta melakukan pembinaan maka dia akan mendapatkan bonus dari member yang dibinanya. Bonus tersebut bertujuan sebagai *reward* atau penghargaan karena *upline* telah membina jaringannya.

² Wawancara dengan Isnaeni selaku member Oriflame dengan level *Brand Partner* pada 11 April 2023 pukul 21.27 WIB.

10. Sistem perekrutan anggota, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat, dan lainnya;

PT. Orindo Alam Ayu sebagai perusahaan bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* seringkali mengadakan berbagai acara perusahaan, mulai dari presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, pelatihan dan pembinaan para anggotanya, ulang tahun dan lainnya. Dari hasil observasi penulis setelah mengikuti beberapa acara tersebut penulis tidak menemukan adanya unsur yang bertentangan dengan aqidah maupun syariah.

11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan anggota baru wajib melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;

Dari hasil penelitian penulis, seorang mitra bisnis atau anggota baru maupun anggota yang sudah lama selalu diadakan kegiatan bimbingan oleh *upline* mereka baik berupa pelatihan ataupun bimbingan pribadi maupun bimbingan grup yang diadakan hampir setiap minggu. Selain bimbingan dari *upline* atau member yang mensponsori untuk bergabung di bisnis PT. Orindo Alam Ayu sendiri memilih sebuah *support system* yang mendukung perkembangan para anggotanya.

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Menurut penulis, berdasarkan pembagian bonus yang telah dijelaskan diatas bisnis ini tidak mengandung kegiatan *money game*. Memang dalam pembagian bonus antara member yang

lebih dulu bergabung dengan member baru yang direkrutnya akan mendapatkan bonus yang berbeda itu disebabkan karena *upline* memiliki tugas dan tanggung jawab lebih besar yakni melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap member baru yang disponsornya atau terhadap jaringannya. Serta perusahaan ini juga tidak berfokus pada perekrutan member saja, tetapi dengan melakukan penjualan produk yang ada manfaatnya.

Dari analisis tersebut sistem kinerja yang diterapkan dalam PT. Orindo Alam Ayu sudah sesuai dengan ketentuan hukum yang diatur dalam Fatwa MUI.

B. Analisis Akad dalam Fatwa MUI yang diterapkan oleh PT. Orindo Alam Ayu

Menurut pendapat penulis, bisnis perusahaan tersebut menggunakan akad *ju'alah*. Pada umumnya, ulama berpendapat bahwa *ju'alah* termasuk dalam domain akad perjanjian, sebagaimana diatur dalam hukum perjanjian (dikenal juga dengan istilah hukum perikatan), karena *ju'alah* mengandung (dapat melahirkan) hak dan kewajiban yang lahir karena perjanjian. Secara bahasa, *ju'alah* janji untuk memberikan imbalan atau *reward/ja'izah* (*al-ju'alah aw al-wa'd bi ja'izah*) kepada pihak lain apabila berhasil mencapai *natijah* tertentu. *Al-'amil* tidak berhak mendapatkan imbalan dari *ja'il* jika tidak mencapai *natijah* secara sempurna.

Secara praktiknya setiap member bekerja sesuai dengan target. Disamping merekrut member baru, tugas utamanya ialah melakukan penjualan produk. Sehingga mendapatkan keuntungan dan bonus dari hasil penjualan produk tersebut yakni sebesar 23% dari harga katalog

serta mendapatkan poin dari setiap produknya. Selain itu, disediakan banyak hadiah atau *reward* dari perusahaan untuk memiernya yang telah mencapai target. Persyaratan untuk mencapai target biasanya dengan mengumpulkan poin pribadi dan poin grup yang diperoleh dari hasil pembelian produk.

Rukun dan syarat *ju'alah* :

1. *Ja'il* (pihak yang mengadakan sayembara)

Merupakan pihak yang mengadakan sayembara, yakni pihak yang menyanggupi memberikan upah (*ju'lu*) atas sayembara yang diselenggarakan. *Ja'il* disyaratkan yang memiliki kewenangan tasaruf harta secara bebas, baik yang bersifat komersial maupun non-komersial, dan kesanggupan memberikan upah dalam sayembara atas dasar inisiatif sendiri bukan atas dasar tekanan atau paksaan pihak lain. Oleh karena itu, sayembara tidak sah jika diselenggarakan oleh pihak yang tidak memiliki kriteria tersebut, seperti anak kecil, orang gila, orang safih yang dibekukan tasarufnya, dan pihak yang berada dibawah tekanan atau paksaan.

Ja'il sebagai pihak yang memberikan komitmen atau kesanggupan upah dalam sayembara, tidak disyaratkan sebagai pemilik objek yang disayembarakan. Sebab, *ju'alah* merupakan akad yang dibangun atas dasar prinsip kesanggupan atau komitmen siapapun untuk memberikan upah, sehingga sayembara tetap sah meskipun yang memberikan kesanggupan upah bukan pemilik objek yang disayembarakan.

2. *Maj'ul Lah* (pihak yang melakukan pekerjaan sayembara)

Merupakan pihak yang melakukan pekerjaan sayembara dan yang berhak mendapatkan upah. Dalam *ju'alah* akad sah dilakukan *maj'ul lah* yang ditentukan atau tidak ditentukan. Apabila sayembara melibatkan *ma'jul lah* yang ditentukan, maka *ma'jul lah* disyaratkan orang yang memiliki kompetensi melakukan pekerjaan sayembara pada saat akad dilangsungkan. Dalam arti ketika akad *ju'alah* dilangsungkan, *maj'ul lah* mampu melakukan pekerjaan yang disayembarakan, meskipun seorang budak, orang safih yang dibekukan tasarufnya, bahkan seorang yang tidak muallaf, seperti anak kecil atau orang gila yang memiliki kompetensi, selama masih terdapat sisa-sisa kesadaran. Apabila sayembara melibatkan pihak *maj'ul lah* yang tidak ditentukan (*majhul*), maka *maj'ul lah* tidak disyaratkan harus orang yang telah memiliki kompetensi melakukan sayembara pada saat akad dilangsungkan, melainkan hanya disyaratkan *maj'ul lah* mengetahui adanya sayembara. Seperti anak kecil yang belum memiliki kompetensi, mengetahui adanya sayembara, setelah memiliki kompetensi, ia sah mengikuti sayembara tersebut dan berhak mendapatkan upah. Sebab ia mengetahui adanya sayembara, meskipun pada saat itu ia masih belum memiliki kompetensi.

3. 'Amal (pekerjaan yang disayembarakan)

Merupakan pekerjaan yang disayembarakan, dengan syarat :

- a. Ada nilai jerih-payahnya (*kulfah*), sebab pekerjaan yang tidak ada jerih-payahnya, tidak layak dikomersialakan secara syar'i.

- b. Bukan pekerjaan yang dilakukan secara wajib'*ain* oleh *maj'ul lah*.
- c. Tidak ada limitasi waktu, sebab pembatasan waktu justru akan kontra produktif dengan tujuan esensial akad *ju'alah*, sebagaimana akad *qiradh*.
- d. Ditentukan secara spesifik apabila memungkinkan, sebab tidak ada toleransi hukum terhadap transaksi *majhul* selama masih memungkinkan dilakukan secara *ma'lum*.

Untuk pekerjaan yang sulit dibatasi secara spesifik (*majhul*), seperti sayembara pencarian barang hilang, penyembuhan orang sakit, advokasi, dll, tetap sah disayembarakan secara *majhul*, sebab dianalogikan secara *aulawi* dengan legalitas akad *qiradh* dengan '*amal* yang *majhul*. Legalitas sayembara dalam pekerjaan yang *ma'lum*, dianalogikan secara *aulawi* dengan legalitas sayembara dalam pekerjaan yang *majhul*. Namun menurut satu versi, pekerjaan yang memungkinkan dibatasi secara spesifik (*ma'lum*), tidak sah disayembarakan, sebab masih memungkinkan diakadi dengan *ijarah*.

4. *Ju'lu* (upah)

Merupakan upah yang dijanjikan oleh *ja'il* dalam akad sayembara. *Ju'lu* dalam akad sayembara disyaratkan harus berupa sesuatu yang memiliki nilai materi (*maliyyah*), diketahui (*ma'lum*) secara nominal (*qadriyyah*), bukan secara presentase (*juz'iyah*), dan mampu diserahkan terimakan. Apabila *ju'lu* tidak

memenuhi syarat, seperti tidak *ma'lum*, berupa barang najis, berupa barang yang hilang, dll., maka akad *ju'alah* tidak sah.

5. *Sighat*

Dalam akad *ju'alah* merupakan sebuah pernyataan pihak *ja'il* yang menunjukkan perizinan melakukan sayembara dengan upah tertentu. Sedangkan *qabul* dari pihak *maj'ul lah*, tidak disyaratkan dilakukan secara verbal (*lafdhan*), melainkan cukup dengan aksi (*fi'lan*). Sebab sayembara adalah akad yang sah dilakukan oleh orang yang tidak ditentukan (*majhul*), sehingga akan menyulitkan apabila *qabul* disyaratkan secara verbal. Karena itu, persetujuan atas akad sayembara cukup dengan cara melakukan kerja (*qabul fi'lan*).³

Menurut penelitian penulis, bisnis pada PT. Orindo Alam Ayu sudah sesuai dengan rukun dan syarat yang ada dalam akad *ju'alah* dimana :

1. Terdapat *ja'il* (pihak yang mengadakan sayembara) yakni PT. Orindo Alam Ayu, *maj'ul lah* (pihak yang melakukan pekerjaan sayembara) yakni semua member, *'amal* (pekerjaan yang disayembarakan), *ju'lu* (upah), *sighat*.
2. *'Amal* dalam perusahaan ini terdapat nilai jerih payahnya, yakni member melakukan penjualan produk-produk dari PT. Orindo, tanpa melakukan penjualan maka tidak akan mendapatkan upah. Pekerjaan ini bukanlah bentuk wajib *'ain*, dimana perusahaan

³ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kediri:Lirboyo Press, 2013), 298-302.

tidak memaksakan membeernya untuk melakukan penjualan produk sehingga mendapatkan upah. Pekerjaan disini sifatnya bebas, bagi member siapapun boleh melakukan. Tidak adanya pembatasan waktu dalam bisnis tersebut, dimana perusahaan tidak menarget waktu untuk membeernya melakukan penjualan produk, jadi jika member melakukan pembelian produk dalam waktu kapanpun di sistem PT. Orindo maka akan tetap mendapatkan bonus atau diskon pembelian, serta jumlahnya jelas dan dapat dinominalkan yakni sebesar 23% dari harga katalog yang ditentukan. Bonus atau diskon inilah yang merupakan hak yang harus diberikan kepada member, yang dalam akad *ju'alah* disebut sebagai *ju'lu* (upah).

3. Selain itu, menurut penulis perusahaan PT. Orindo juga menerapkan akad *ijarah* dalam bentuk sewa menyewa jasa yang dibatasi dengan limitasi waktu. Dalam perusahaan ini, menargetkan kepada semua membeernya untuk mengumpulkan poin belanja dengan jumlah yang telah ditentukan dan dengan periode waktu yang telah ditentukan pula. Member mendapatkan sebuah *reward* dari perusahaan apabila telah mencapai jumlah poin yang telah ditentukan dan dalam waktu yang telah ditentukan, jika member tidak dapat mencapai target dalam waktu yang ditentukan maka tidak akan mendapatkan konsekuensinya. Kemudian yang merupakan akad *ijarah* dalam perusahaan ini ialah, cara bergabung dari member *downline* melalui member *upline*, yang mana member *downline* dapat melakukan pembelian ke pihak perusahaan karena disponsori oleh member lain. Oleh karena itu *downline* dapat melakukan

pembelanjaan ke pihak Oriflame dan mendapatkan keuntungan serta poin yang dikumpulkan untuk ditukarkan dalam bentuk hadiah bulanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Secara praktiknya, bisnis yang ada di PT. Orindo Alam Ayu termasuk kedalam jenis MLM yang mana sistem bisnis yang ada dalam perusahaan tersebut sudah sesuai dengan ciri khas dari MLM yakni terdapat sistem perjenjangan dalam bisnis dari tingkatan yang paling bawah melewatinya setiap langkah sampai naik peringkat atau level ke yang lebih atas. Selain itu, dalam pendaftaran member baru bisnis PT. Orindo Alam Ayu tidak begitu mahal dan masuk akal dalam penggunaannya serta tidak diwajibkan untuk langsung berbelanja produk bagi member baru. Perolehan penghasilan didapatkan dari hasil penjualan produk serta perekrutan member. Member *upline* yang merekrut member baru akan mendapatkan keuntungan lebih banyak dari perolehan poin grup setiap anggota timnya ketika merekrut member baru. Disisi lain member *upline* memiliki tugas dan tanggung jawab lebih besar untuk melakukan pembinaan terhadap member baru yang disponsorinya atau jaringannya sehingga mendapatkan bonus yang lebih besar. Produk yang dipasarkan juga tidak begitu mahal dan mempunyai manfaat bagi para konsumennya.
2. Sebagaimana bisnis yang bisa dikatakan telah menerapkan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah ialah bisnis yang sistem kerjanya telah sesuai dengan ketentuan hukum dalam Fatwa DSN MUI NO. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Berdasarkan hasil penelitian, penulis

menyimpulkan bahwa sistem kinerja yang diterapkan pada PT. Orindo Alam Ayu sudah sesuai dengan ketentuan hukum dan ketentuan akad dalam Fatwa MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Namun, didalam profil perusahaan masih belum dijelaskan terkait hal tersebut serta tidak dicantumkan terkait perolehan sertifikat PLBS dari MUI. Secara praktiknya sistem kinerja dalam perusahaan ini menggunakan akad *jualah* dan *ijarah*, sebagaimana yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya.

B. Saran

1. Perlu adanya sosialisasi lebih mendalam terhadap bisnis dengan sistem PLBS kepada masyarakat yang menganggap negatif. Serta dibutuhkan adanya pengenalan sebagai bisnis dengan sistem PLBS didalam Profil Perusahaan dimana masyarakat lebih sering mengakses Profil Perusahaan untuk mengetahui informasi Perusahaan tersebut.
2. Lebih berhati-hati dalam memberikan hak kepada orang lain serta lebih detail dalam meneliti sesuatu.
3. Peneliti selanjutnya harus lebih memahamkan secara materi kepada masyarakat tentang perbedaan antara penjualan langsung berjenjang baik yang syariah maupun konvensional, *money game*, dan skema piramid.

C. Penutup

Alhamdulillah dengan rasa syukur atas kehadirt Allah SWT akhirnya penulis dapat menyampaikan hasil penelitian ini. Penulis

menyadari meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, namun kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini tetaplah menjadi keniscayaan atas diri manusia. Penulis berharap dengan hasil kerja keras penulis dapat bermanfaat bagi diri sendiri, PT. Orindo Alam Ayu, member resmi PT. Orindo Alam Ayu , konsumen produk PT. Orindo Alam Ayu, serta semua orang yang ingin mengetahui lebih jauh perusahaan PT. Orindo Alam Ayu. Penulis sadar sepenuhnya atas kekurangan dalam berbagai hal baik kesalahan dalam pemilihan kata, redaksi kalimat maupun yang lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran senantiasa penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini kedepan agar digunakan guna perluasan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adam, Panji, *Fatwa-fatwa Ekonomi Syariah*, Jakarta: Amzah, 2022.
- Adil, *Bisnis Syariah di Indonesia Hukum & Aplikasinya*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Ali, Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar grafika, 2014.
- Anggraeni, Lita, *Penyebaran Bisnis MLM di Kalangan Mahasiswa*, Yogyakarta: Milenila, 2019.
- Anwar, Saifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997.
- Asyura, dkk., *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Beik, Irfan, Syauqi, Msc, *Berbisnis secara Syariah, Mengkaji Ulang MLM*, Bogor: FEM IPB, 2010.
- DSN MUI, “Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2019 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)”.
- Hadi, Sutrisni, *Metode Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 1991.
- _____. *Metode Penelitian Research*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 1989.
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah*.
- Latifah, Nur, Aini, *Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Syariah*.
- Mahmud, Marzuki, Peter, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2021.
- Mubarok, Jaih, dkk., *Prinsip-prinsip Perjanjian*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018.
- Muftisany, Hafidz, *Pernah Bisnis MLM Haram?*, Intera, 2021.
- Pelangi, Laskar, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, Kediri: Lirboyo Press, 2013.

- Pratiwi dan M. Rikza, *Keterkaitan Fatwa MUI Mengenai Ibadah di Masa Pandemi*, Jakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2021.
- Sokanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Undang-undang Dasar RI No 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan.
- Yulia, *Mengenal PT. Orindo Alam Ayu*, 2019.

Jurnal

- Denny R., Muhammad, *Analisis Penerapan Sistem Syariah dan Penjualan Produk Multi Level Marketing Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota (Studi Kasus Toko Shad Network Cabang Aceh Besar)*, Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Eka P., Handiny, *Kode Etik MLM Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 32/m-dag/per/8/2008 (Studi Kasus pada PT. Orindo Alam Ayu)*, Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Jakarta, 2016.
- Habibaty, Diana, Mutia. “Peranan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Terhadap Hukum Positif Indonesia”, *Jurnal Legislasi Indonesia*, vol. 14, 2017.
- Komisi Fatwa MUI, *Himpunan Fatwa Nasional*.
- Kurniawan, Ari, “Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah”, *Justitia*, vol. 1, 2017.

- Maharani, *Eksistensi Multi Level Marketing Tiens Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota di Kota Parepare*, Parepare: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare, 2020.
- Marzuki, Ahmad. “Studi Terhadap Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)”, *Asy-Syari’ah: Jurnal Hukum Islam*, vol. 6, 2020.
- Mudzhar, H.M. Atho, “Fatwa MUI sebagai Objek Kajian Hukum Islam dan Sumber Sejarah Sosial”, *Publitbang dan Diklat Kementerian Agama RI, Prolog*.
- Muhamad, Aulia, Angki, *Kesadaran Hukum Masyarakat Kampung Mahmud untuk Memiliki Sertifikat Atas Hak Ulayat Universitas Pendidikan Indonesia*, Bandung: repository.upi.edu, 2013.
- Nurhasanah, Siti, *Pengaruh Persepsi Labelisasi Halal dan Strategi Pemasaran MLM Syariah Produk HNI HPSI (Halal Network Internasional/ Herba Penawar Alwahida Indonesia Terhadap Keputusan Pembeli pada Konsumen Business Center HNI HPAI Cikarang Utara*, Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nurhizam, Luqman, “Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)”, *Tawazun*, vol. 2, no. 2 (September, 2019), 184.
- Rahmawaty, Anita. “Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam”, *Equilibrium*, vol. 2, 2014.
- Rosalina M., Titi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Orindo Alam Ayu Medan”, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, vol. 5, 2019.

Sunarno, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Penetapan Harga Pada MLM Syariah PT. Ahad-net Internasional*, Surakarta: Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010.

Zakirman, Al-Fakhri. "Metodologi Fatwa Majelis Ulama Indonesia", *E-Jurnal*.

Website

<https://quran.kemenag.go.id/surah/2/275> (diakses pada 10 September 2022 pukul 22.49 WIB)

<https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29> (diakses pada 10 September 2022 pukul 22.55 WIB)

<https://id.oriflame.com> (03 Januari 2023 pukul 20.25 WIB)

Kode Etik Oriflame.

Majelis Ulama Indonesia, *Profil MUI*, "www.mui.or.id, 15 November 2022.

_____. *Orientasi dan Peran MUI*, "www.majelisulama.com" 21 November 2022

_____. *Muqodimah Pedoman Dasar: Majelis Ulama Indonesia*, "www.majelisulama.com" 21 November 2022.

_____. *Sejarah MUI*, "www.mui.or.id" 21 November 2022.

Wawancara

Anisa selaku Konsumen produk Oriflame, *Wawancara*, Purwokerto, 21 Februari 2023.

Dwi Amanah selaku Member Oriflame dengan level *Director*, *Wawancara*, Purwokerto, 07 Januari 2023.

_____. 12 Februari 2023.

_____. 06 Maret 2023.

Isnaeni selaku Member Oriflame dengan level *Brand Partner*,
Wawancara, Kebumen, 22 Januari 2023.

_____. 21 Februari 2023.

Nuril Ilma selaku Member Oriflame dengan level *Brand Partner*,
Wawancara, Kebumen, 10 Januari 2023.

_____. 03 Maret 2023.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Wawancara dengan Dwi Amanah



Wawancara dengan Isnaeni



Wawancara dengan Nuril Ilma



Kini, seluruh produk Oriflame yang dipasarkan di Indonesia telah mendapatkan fatwa halal dari MUI dan Sertifikat Halal. Hal ini meliputi 22 halal sertifikat dengan Sistem Jaminan Halal (SJH) status grade A, yang terdiri dari 11 sertifikat lokasi manufaktur, 11 perbaruan sertifikat dan 2 pabrik lokal, selain itu Oriflame memiliki 10 sertifikat halal logistik dengan status grade A.

Saat ini Oriflame Indonesia sedang menyiapkan kemasan-kemasan baru berlogo halal. Apabila terdapat produk yang sama namun salah satunya tidak berlogo halal, artinya produk tersebut diproduksi sebelum proses sertifikasi halal, dengan menggunakan formula yang halal. Untuk memastikan status halal suatu produk, Anda dapat melihatnya di laman website IPOH MUI.

website Oriflame

Data diri Member Oriflame

22.33   

 **Dwi Amanah Khatul Jannah**
Director

 [Bagi e-Beauty Guide](#)

Periode terkini Periode sebelumnya

 Dashboard | Orifla...
id.oriflame.com   

 **ORIFLAME**
SWEDEN   

 **Isnaeni Hidayatu** 

BRAND PARTNER
13814872

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatma Nurrohmah
NIM : 1902036167
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 26 Januari 2001
Agama : Islam
No. HP : 08159653528
Alamat Asal : Kalidlingo RT 02 RW 05 Desa Jemur Kec.
Pejagoan Kab. Kebumen Prov. Jawa Tengah

Riwayat Pendidikan :

1. KB Tunas Harapan (2005-2007)
2. SD Negeri Jemur (2007-2013)
3. Mts Negeri 2 Kebumen (2013-2016)
4. SMK Negeri 1 Kebumen (2016-2019)

Riwayat Pekerjaan :

1. Magang di Baznas Kab. Kebumen (2021)
2. Magang di Pengadilan Agama Temanggung (2022)
3. Magang di Pengadilan Negeri Temanggung (2022)
4. Panitia Pemungutan Suara Desa Jemur (sekarang)

Semarang, 19 Mei 2023

Yang membuat,



Fatma Nurrohmah

NIM 1902036167