

**ANALISIS PENERAPAN AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM
PEMBERIAN BONUS MLM (MULTI LEVEL MARKETING) PADA
BISNIS TIENS**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh :

Risa Hibatul Arifah

1705026137

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax. (024) 7601291 Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) lembar eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Risa Hibatul Arifah

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Risa Hibatul Arifah

NIM : 1705026137

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : Analisis Penerapan Nilai Keadilan Dalam Sistem Pemberian Bonus MLM (*Multi Level Marketing*) Pada Bisnis Tiens

Dengan ini saya mohon kiranya naskah skripsi tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Mei 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.

NIP. 197512182005011002

Dr. Nurudin, SE., MM.

NIP. 199005232015031004



PENGESAHAN

Nama : Risa Hibatul Arifah
NIM : 1705026137
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Akad Ju'alah Dalam Pemberian Bonus MLM (*Multi Level Marketing*) pada Bisnis TIENS

Telah diujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan Lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal: **26 Juni 2024**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Tahun Akademik 2023/2024.

Semarang, 08 Juli 2024

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 196908301994032003


Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 197512182005011002

Penguji I

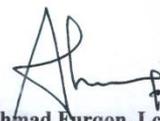
Penguji II

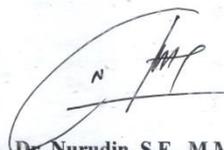

Naili Saadah, S.E., M.Si., AK.
NIP. 198803312019032012


Farah Amalia, S.E., M.M.
NIP. 199401182019032026

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 197512182005011002


Dr. Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يَغَيِّرُ مَا بَقِيَ حَتَّىٰ يُعَذِّبُوا مَا بِنَفْسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada dirinya.”

(Q.S. Ar-Ra’d: 11)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahNya kepada penulis, sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam proses menulis skripsi sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah ini, dan yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak di hari akhir nanti. Aamiin..

Setiap perjuangan diiringi dengan niat, ketekunan, kerendahan hati, doa serta perjuangan dan pengorbanan untuk menyelesaikan karya tulis skripsi ini. Penulis mempersembahkan karya tulis yang sederhana ini kepada:

1. Kedua orang tua (Bapak Roziqin dan Ibu Khomsatun) yang saya cintai dan senantiasa mendoakan saya setiap saat, mendukung setiap langkah perjuangan saya dalam menggapai cita-cita yang saya inginkan dengan penuh kasih sayang dan keikhlasan.
2. Kakak-kakak saya Mas Wahab, Mbak Ana, Mbak Lisa yang telah memberikan motivasi dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi, dan juga keponakan tergemas dek Nahwa yang membuat penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi.
3. Almamater tercinta UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak dan Ibu dosen UIN Walisongo Semarang, terkhusus prodi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Teman-teman seperjuangan prodi Ekonomi Islam EID 17, terkhusus Ratna, Dzakiyyah, Imaduddin, dan Hidayatul, yang telah menemani dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi bersama.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain. Demikian pula skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat referensi-referensi untuk dijadikan sebagai bahan rujukan penulis.

Semarang, 18 Juni 2024



Deklarator

Risa Hibatul Arifah

1705026137

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi ini karena terdapat beberapa istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya, yang aslinya ditulis dengan huruf Arab dan harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ' (alif)	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ' (ayin)	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	dhomah	U

ABSTRAK

Multi Level Marketing (MLM) merupakan bisnis yang penjualan produk dilakukan melalui jaringan distribusi yang melibatkan banyak anggota dengan sistem komisi berjenjang. Belakangan ini sistem pemasaran MLM sering kali diidentikkan dengan bisnis berkedok (money game) karena konsep bisnis yang dilakukan cenderung menggunakan skema piramida dimana orang yang bergabung belakangan akan memperoleh pendapatan yang jauh lebih kecil dan mengalami kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya.

Akad *Ju'alah* merujuk pada suatu kesepakatan di mana seseorang menyiapkan imbalan atau hadiah untuk diberikan kepada individu lain yang telah berhasil menyelesaikan tugas atau pekerjaan tertentu sesuai dengan perjanjian yang dibuat sebelumnya. Untuk itu dalam proses perekrutan member sampai dengan pemberian bonus pada bisnis MLM Tiens perlu adanya kesesuaian antara kerja keras dengan hasil yang didapatkan.

Dalam hal ini, penulis akan meneliti dan merumuskan masalah: bagaimana sistem pemberian bonus MLM pada bisnis TIENS dan bagaimana analisis akad *ju'alah* dalam pemberian bonus MLM pada bisnis TIENS.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang sedang diteliti melalui pendekatan naturalistik. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif analisis yang bertujuan untuk memberikan deskripsi tentang keadaan obyek yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemberian bonus MLM bisnis TIENS jika ditinjau menurut perspektif hukum Islam tentang *ju'alah* sudah sesuai, karena sudah memenuhi rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan menurut fatwa DSN-MUI No. 75 tahun 2009. Pembagian bonus dapat dilihat melalui aplikasi V-share dimana hal tersebut merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi keadilan dalam persamaan hak. Semua distributor TIENS memiliki hak yang sama untuk memperoleh laba retail dari omset penjualan produk TIENS, merekrut orang lain untuk bergabung dengan TIENS, dan juga berhak untuk mendapat keuntungan sesuai dengan kondisi jaringannya.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing* (MLM), Akad *Ju'alah*, Pemberian Bonus, Bisnis TIENS.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayahnya, sehingga penulis diberikan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Nilai Keadilan dalam Sistem Pemberian Bonus MLM (*Multi Level Marketing*) pada Bisnis TIENS”. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak di *yaumul qiyamah*. Amin

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Strata S.1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penelitian dan penyusunan karya tulis skripsi ini, penulis menyadari bahwa proses menyusun skripsi tidak semudah yang dibayangkan. Untuk itu, dalam proses penyelesaiannya penulis sangat membutuhkan orang lain untuk mengarahkan, membimbing, membantu, menyarankan, dan dukungan yang sangat besar untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

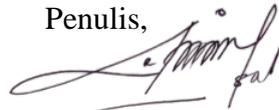
1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Nurudin, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Ferry Khusnul Mubarak, S.E.I., M.A. Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A. Selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Dr. Nurudin, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberikan arahan, bimbingan, dan saran dengan penuh kesabaran kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.

6. Seluruh dosen dan tenaga pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Pihak PT TIENS terkhusus distributor MLM TIENS Bapak H. Abdul Sattar, M.Ag., Bapak Seno Arie, Saudara Ahmad Rifai, Saudari Ana Nisa'atul Hikmah, Saudari Seha Salsabil, dan Saudari Nadya Aura yang telah memberikan izin penelitian dan memberikan informasi terkait penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga besar terkhusus kedua orang tua tercinta, Ibu dan Bapak yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi dalam setiap langkah perjuangan dalam segala hal.
9. Semua pihak yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan, motivasi, dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahala yang setimpal.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar menjadi suatu karya yang lebih baik dan kelak skripsi ini bermanfaat di masa depan khususnya bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 18 Juni 2024

Penulis,



Risa Hibatul Arifah

1705026137

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Metodologi Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI TENTANG AKAD JU'ALAH DAN MULTI LEVEL MARKETING	17
A. <i>Grand Theory</i>	17
1. Teori Komunikasi pemasaran	17
B. Multi Level Marketing	19
1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i>	19
2. Konsep Dasar Multi Level Marketing MLM	24
3. Komisi, Bonus, dan Reward dalam MLM	27
4. MLM Menurut Hukum Islam.....	30
5. Perbedaan Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> dengan <i>Money Game</i>	34
6. Fatwa MUI Tentang Multi Level Marketing.....	37
7. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah.....	38

C. Akad Ju'alah.....	40
1. Pengertian Akad <i>Ju'alah</i>	40
2. Dasar Hukum Akad <i>Ju'alah</i>	43
3. Rukun dan Syarat Akad <i>Ju'alah</i>	46
4. Pembatalan Akad <i>Ju'alah</i>	49
5. Perbedaan <i>Ju'alah</i> dengan <i>Ijarah</i>	49
6. Hikmah Akad <i>Ju'alah</i>	51
BAB III GAMBARAN UMUM PT TIENS	53
A. Gambaran Umum Perusahaan TIENS	53
1. Visi dan Misi PT Tiens Group	57
2. Arti Logo Tiens	58
3. Produk Yang Dipasarkan.....	59
B. Praktik Pelaksanaan Sistem Pemberian Bonus MLM TIENS	63
1. Marketing Plan TIENS	63
2. Cara Kerja <i>Multi Level Marketing</i> pada Bisnis TIENS.....	64
3. Perekrutan Member	65
4. Jenjang Karir	66
5. Support System.....	68
6. Bonus dan Reward dalam TIENS	69
BAB IV ANALISIS PENERAPAN AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM PEMBERIAN BONUS MLM (MULTI LEVEL MARKETING) PADA BISNIS TIENS	82
A. Analisis Sistem Pemberian Bonus MLM Pada Bisnis TIENS.....	82
B. Analisis Akad Ju'alah dalam Sistem Pemberian Bonus <i>Multi Level Marketing</i> Pada Bisnis TIENS	84
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Marketing Plan PT TIENS	65
Tabel 3.2	7 Bonus Utama TIENS	70
Tabel 3.3	Presentase Bonus Sponsor	70
Tabel 3.4	Presentase Bonus Pasangan PT TIENS	71
Tabel 3.5	Bonus Bimbingan	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Gambar 3.1 Logo Tiens	59
Gambar 3.2	Sistem Peringkat TIENS.....	67
Gambar 3.3	Membangun Aset Dengan 8 Tahap Error! Bookmark not defined.	
Gambar 3.4	Tujuh Bonus Utama TIENS	69
Gambar 3.5	Presentase Bonus Prestasi.....	74
Gambar 3.6	Bonus Kepemimpinan	75
Gambar 3.7	Bonus Sharing Internasional.....	77

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis selalu melibatkan penciptaan hubungan dan kontrak antara individu atau kelompok, yang meliputi persetujuan dan kesepakatan yang jelas diantara para pihak yang terlibat. Rasulullah SAW sangat menganjurkan umat Islam untuk berpartisipasi dalam kegiatan bisnis karena dianggap sebagai metode tercepat untuk mendapatkan rezeki. Pandangan ini sejalan dengan berbagai ajaran Islam yang menekankan pentingnya melakukan bisnis dengan cara yang etis, adil, dan jujur. Dalam bisnis, nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi sangat ditekankan untuk memastikan bahwa semua pihak mendapatkan manfaat yang adil dan hubungan bisnis yang sehat dapat terjalin. Dengan demikian, berbisnis tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bentuk ibadah dan implementasi dari prinsip-prinsip moral dan etika yang diajarkan dalam Islam. Salah satu ayat Al-Qur'an mengenai cara memperoleh harta melalui berbisnis adalah sebagai berikut:

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

Artinya : *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.* QS. An Nisa : 29¹

Berdasarkan ayat QS. An Nisa: 29, hukum dasar berbisnis dalam Islam adalah diperbolehkan, kecuali jika ada ketentuan Allah SWT yang melarang jenis bisnis tertentu. Allah SWT memerintahkan dan menganjurkan manusia untuk menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan pedoman-Nya dan menghindari perilaku bisnis yang dilarang. Ayat ini menekankan pentingnya berbisnis dengan cara yang halal, adil, dan sesuai dengan syariat Islam, serta

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. An-Nisa: 29

menjauhi praktik-praktik yang merugikan, curang, atau melanggar hukum agama. Dengan mengikuti tuntunan ini, umat Islam diharapkan dapat menjalankan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara material, tetapi juga memperoleh berkah dan ridha dari Allah SWT.²

Belakangan ini, muncul berbagai jenis usaha baru yang menunjukkan pertumbuhan pesat. Salah satu fenomena bisnis yang berkembang dengan sangat cepat adalah e-commerce, yang memungkinkan transaksi jual beli secara online tanpa perlu pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Selain itu, bisnis waralaba atau franchise juga semakin populer, menawarkan model bisnis yang telah terbukti sukses dan bisa direplikasi oleh pemilik franchise. Jenis bisnis lainnya yang juga menunjukkan perkembangan signifikan adalah *Multi Level Marketing* (MLM), di mana penjualan produk dilakukan melalui jaringan distribusi yang melibatkan banyak anggota dengan sistem komisi berjenjang. Ketiga jenis bisnis ini berkembang pesat, melampaui kecepatan pertumbuhan bisnis tradisional yang biasanya mengandalkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Dari ketiga bentuk bisnis yang ada, salah satu yang saat ini sedang sangat populer dan berkembang pesat adalah bisnis menggunakan sistem Multi Level Marketing (MLM). MLM merupakan bentuk bisnis yang menggunakan strategi pemasaran berjenjang, di mana struktur organisasinya terdiri dari dua konsep utama: *upline* dan *downline*. *Upline*, adalah distributor yang telah bergabung sebelumnya dan memiliki peran kunci dalam merekrut anggota baru ke dalam jaringan. Sebaliknya, *downline* adalah distributor baru yang bergabung setelah direkrut oleh *upline*. Dalam sistem ini, setiap anggota memiliki kesempatan untuk memperoleh pendapatan dari penjualan produk mereka sendiri serta dari penjualan yang dilakukan oleh anggota *downline* yang mereka rekrut. Dengan cara ini, penghasilan anggota MLM dapat meningkat secara signifikan seiring dengan pertumbuhan jaringan mereka, menjadikan model bisnis ini menarik

²Mohammad H. Holle, "Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis", *Amal: jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1 2019, hlm. 2

bagi banyak individu yang ingin mencapai keberhasilan finansial melalui jaringan pemasaran.³

Produktivitas dalam bisnis pemasaran berjenjang (MLM) dapat diukur dari dua aspek utama: kuantitas penjualan produk yang dilakukan oleh anggota dan performa downline mereka dalam menghasilkan pendapatan serta bonus. Peningkatan pendapatan dalam sistem MLM terjadi melalui dua sumber utama, yaitu penjualan langsung produk dan bagian dari laba setiap produk yang terjual. Bisnis MLM mengadopsi strategi distribusi langsung, di mana fokus utamanya adalah merekrut dan mengelola tenaga penjual atau distributor yang akan menerima kompensasi berdasarkan omset penjualan mereka. Oleh karena itu, produktivitas dan pendapatan anggota MLM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menjual produk secara langsung serta dalam membangun dan mengelola jaringan penjualan yang efisien, baik melalui model berjenjang ataupun melalui merekrut penjual baru.⁴

Pendekatan ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena mereka dapat langsung menilai kualitas barang yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian. Namun, perkembangan MLM juga telah menghasilkan jenis bisnis lain yang dikenal sebagai Money Game atau skema piramida. Money Game seringkali menyerupai MLM dalam struktur organisasinya, tetapi lebih fokus pada merekrut anggota baru daripada menjual produk atau layanan yang nyata. Praktik ini sering kali kontroversial dan memicu perdebatan karena Money Game sering dianggap ilegal atau berisiko tinggi bagi pesertanya, terutama mereka yang berada di tingkat bawah piramida. Oleh karena itu, penting bagi konsumen dan calon peserta bisnis untuk memahami perbedaan antara MLM yang sah dengan Money Game yang dapat menyebabkan kerugian potensial.⁵

³Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal UM Surakarta*, Vol. 1 No. 1, Februari 2016, diakses pada www.semanticscholar.org, hlm 29-30.

⁴ Benny Santoso, *All About MLM-Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya*, (Yogyakarta: Andi, 2003), 36

⁵ Benny Santoso, *All About MLM-Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya...*,28.

MLM sering dikaitkan dengan Money Game atau permainan uang, dimana model ini menggunakan struktur piramida yaitu orang yang bergabung belakangan akan menghasilkan pendapatan yang lebih sedikit dan menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka.⁶ Dalam konteks etika bisnis, pola perdagangan seperti Money Game atau skema piramida dianggap sangat tidak adil karena hanya menguntungkan mereka yang menduduki posisi puncak piramida, yakni individu-individu yang bergabung lebih awal atau memiliki peran hierarkis yang lebih tinggi. Ketika skema ini mencapai puncaknya, mereka yang berada di tingkat bawah piramida akan mengalami kesulitan besar dalam mencapai pendapatan yang signifikan atau bahkan berisiko mengalami kerugian finansial yang parah. Hal ini bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis yang seharusnya menekankan keadilan dan keberlanjutan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Bisnis yang beretika seharusnya memastikan bahwa semua anggota dalam jaringan bisnis memiliki peluang yang setara untuk mencapai kesuksesan, serta tidak mengeksploitasi atau memperlakukan anggota yang berada di level bawah sebagai korban dari sistem yang tidak berkelanjutan secara ekonomis maupun moral.⁷

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 62/DSNMUI/XII/2007 menjelaskan ju'alah sebagai suatu janji atau perikatan untuk memberikan imbalan tertentu, yang disebut sebagai reward, 'iwadh, atau ju'l, atas pencapaian hasil yang telah ditetapkan dalam suatu tugas. Dalam konteks ini, ju'alah dilihat sebagai kesepakatan yang mengikat di mana seseorang atau lembaga berkomitmen untuk memberikan imbalan tertentu kepada individu atau kelompok yang berhasil mencapai tujuan atau hasil yang telah ditetapkan sebelumnya.⁸

Dalam akad ju'alah terdapat dua pihak, yaitu ja'il sebagai pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil pekerjaan (natijah) yang ditentukan dan maj'ul lah sebagai pihak yang melaksanakan

⁶ Diana Mujahidah, "Identifikasi MLM Yang Halal Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)*, Vol. 5 No. 2 (2021), hlm 138.

⁷ Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Syariah", *Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2, No. 1, Desember 2018, hlm 16.

⁸ Fatwa DSN-MUI No. 62/DSNMUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah

ju'alah. Imbalan ju'alah hanya berhak diterima oleh pihak maj'ul lahu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi dan pihak ja'il harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak maj'ul lah menyelesaikan (memenuhi) prestasi (hasil pekerjaan/natijah) yang ditawarkan oleh pihak ja'il.⁹

Banyaknya anggota distributor yang aktif dalam suatu MLM menunjukkan bahwa banyak orang yang menggantungkan pendapatan utama mereka pada bisnis ini. Oleh karena itu, kebijakan yang mengatur pembagian keuntungan atau kompensasi yang tidak adil tidak hanya berdampak pada satu atau dua individu, tetapi dapat merugikan sejumlah besar orang secara keseluruhan. Itulah sebabnya pentingnya menerapkan prinsip-prinsip syariat untuk menangani masalah ini, termasuk ketidakadilan dalam pembagian hasil antara perusahaan MLM dan distributor-distributor mereka. Penerapan prinsip-prinsip syariat dalam konteks ini mencakup aspek-aspek seperti keadilan, keterbukaan, dan kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun anggota jaringan distribusi mereka. Dengan demikian, diharapkan bahwa sistem MLM yang beroperasi sesuai dengan perjanjian awal dalam pemberian bonus kepada para distributor.

Banyak masyarakat tertarik untuk terlibat dalam bisnis MLM, termasuk kalangan masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, hingga pejabat. Minat ini disebabkan oleh pandangan bahwa bisnis MLM menawarkan fleksibilitas dan sifat yang tidak terlalu rumit jika dijalankan dengan serius.

Melihat berkembangnya sistem penjualan yang menggunakan sistem jaringan seperti bisnis MLM tersebut tentu akan muncul banyak spekulasi dalam masyarakat. Seperti bahwa dalam bisnis MLM yang terjadi adalah siapa yang bergabung lebih dahulu maka ia yang akan sukses atau kaya lebih dahulu. Hal tersebut tentu tidak sesuai dengan sistem jual beli dalam Islam, karena termasuk dalam kategori ketidakadilan. Untuk itu penulis ingin meneliti tentang hal tersebut agar masyarakat dapat melihat bagaimana bisnis yang sehat dan yang baik menurut syariat.

⁹ *ibid*

Memahami pentingnya pemberian bonus atau upah ketika telah selesai dalam melakukan suatu pekerjaan dalam MLM, menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana akad ju'alah diimplementasikan dalam skema pemberian bonus di perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM). Bisnis TIENS dipilih sebagai subjek penelitian ini karena perusahaan tersebut terus mengalami pertumbuhan dan mempertahankan eksistensinya yang solid sampai sekarang.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penulis merasa tertarik untuk mengambil topik tersebut sebagai fokus penelitian skripsi dengan judul “**Analisis Penerapan Akad Ju’alah dalam Sistem Pemberian Bonus MLM (*Multi Level Marketing*) Pada Bisnis TIENS**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem pemberian bonus MLM (*Multi Level Marketing*) pada bisnis TIENS?
2. Bagaimana analisis akad *ju'alah* terhadap sistem pemberian bonus MLM (*Multi Level Marketing*) pada bisnis TIENS?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan konteks masalah yang telah dijelaskan serta rumusan masalahnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis sistem pemberian bonus MLM pada bisnis TIENS.
2. Mengetahui analisis akad *ju'alah* terhadap sistem pemberian bonus MLM pada bisnis TIENS.

Berdasarkan penjelasan penulis sebelumnya tentang tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini memberikan keuntungan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem pemberian bonus yang dilakukan oleh MLM TIENS apakah sudah sesuai dengan hukum syariat Islam.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan MLM khususnya PT TIENS, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam menerapkan sistem pemberian bonus kepada para member atau distributor yang sesuai dengan syariat Islam.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai akad ju'alah, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Tesis yang berjudul "Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Insentif MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis Nu Amoorea (Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada)" karya Husnia mengulas praktik pemberian insentif dalam MLM Nu Amoorea yang dinilai sesuai dengan pandangan hukum Islam karena mematuhi rukun dan ketentuan yang telah ditetapkan. Insentif dalam model ini diberikan kepada upline berdasarkan hasil penjualan produk yang dilakukan oleh anggota jaringan mereka, dengan fokus pada tiga level bawah. Namun demikian, studi ini juga menyoroti bahwa sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, terdapat satu aspek yang belum sepenuhnya dipenuhi, yaitu bahwa pemberian insentif kepada upline dari penjualan yang dilakukan oleh anggota jaringan bawah dapat dianggap sebagai pendapatan pasif yang tidak berkontribusi langsung pada upline. Hal ini menimbulkan pertimbangan mengenai keadilan dalam pembagian insentif yang seharusnya mempertimbangkan kontribusi aktif setiap anggota jaringan MLM.¹⁰
2. Penelitian yang berjudul "Sistem Pemasaran Berjenjang (MLM) di PT Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari'ah" yang ditulis oleh Indry Setyo

¹⁰ Husnia, "Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis Nu Amoorea "(Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada), (Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

Winarti membahas tentang struktur MLM yang diterapkan di PT Tiens Indonesia. Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam perusahaan tersebut, sistem MLM melibatkan rekrutmen anggota, penjualan produk, dan pengembangan karir. Aktivitas MLM di PT Tiens Indonesia dianggap sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009, yang mengatur praktik MLM agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, tidak ada aktivitas yang bertentangan dengan prinsip syariah dalam operasional MLM PT Tiens Indonesia, sehingga dapat diklasifikasikan sebagai MLM yang mematuhi syariah. Secara keseluruhan, dari perspektif al-zari'ah, sistem MLM di PT Tiens Indonesia dianggap halal dan berpotensi memberikan manfaat atau fath al-zari'ah, yaitu membuka jalan menuju kebaikan dan kemudahan bagi individu yang terlibat dalam bisnis tersebut.¹¹

3. Jurnal yang berjudul “Analisis Penerapan Akad Ju’alah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www.Jamaher.Network)” yang ditulis oleh Abdur Rohman. Jurnal tersebut menyebutkan bahwa yang menjadi objek aplikasi akad ju’alah pada MLM www.Jamaher.Network yaitu: pertama, seorang member yang merekrut banyak downline kemudian tidak melakukan pembinaan kepada downline, meskipun peringkatnya semakin tinggi namun bonusnya bisa berkurang. Hal ini karena marketing plan yang dibuat mengharuskan member untuk tetap aktif melakukan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada perusahaan. Kemudian yang kedua yaitu, upah. Upah harus merupakan suatu yang jelas dan halal. Dalam MLM [Jamaher.Network](http://www.Jamaher.Network) besarnya upah ditentukan dalam marketing plan, dan wujudnya adalah uang dan produk.¹²
4. Skripsi yang berjudul "Praktek Pemberian Insentif di Perusahaan Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI) Kota Semarang dalam Perspektif

¹¹ Indry Setyo Winarti, “*Sistem Multi Level Marketing MLM Pada PT Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari’ah*”, (Skripsi- IAIN Purwokerto, 2020).

¹² Abdur Rohman, “Analisis Penerapan Akad Ju’alah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www.jamaher.network)”, *Al-Adalah*, Vol. XIII, No. 2, Desember 2016.

Ekonomi Islam" yang ditulis oleh Beni Khoiril Abdillah membahas sistem pemberian bonus di Herba Penawar Al-Wahida Indonesia Kota Semarang, yang dipengaruhi oleh pencapaian target penjualan pribadi serta kinerja kepemimpinan dan pembinaan terhadap downline dengan perbandingan yang telah ditentukan untuk setiap generasi. Meskipun sistem insentif ini didokumentasikan dengan detail, penelitian ini menunjukkan bahwa praktik di perusahaan tersebut masih belum mencukupi standar ekonomi Islam. Ini dikarenakan masih ada kekurangan dalam memastikan bahwa insentif didasarkan pada kontribusi nyata, termasuk kejelasan dalam kepemimpinan, tingkat transparansi yang memadai, sistem yang tidak melibatkan praktik ribawi (*ighra'*), serta tidak ada penyalahgunaan dalam prosedur pembagian insentif. Penelitian ini menyoroti pentingnya meningkatkan dan menyesuaikan praktik pembagian insentif agar sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan kejelasan dalam setiap aspek bisnis.¹³

5. Tesis berjudul "Penerapan Konsep Keadilan dalam Praktik Multi Level Marketing di PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Kota Bukittinggi (Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam)" yang disusun oleh Mutia Husna mengulas tentang bagaimana nilai keadilan diimplementasikan dalam sistem pemasaran multi level (MLM) di PT Herba Penawar Alwahida, dengan mempertimbangkan perspektif ekonomi Islam. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa PT Herba Penawar Alwahida menerapkan rencana sukses yang adil, yang terbebas dari unsur-unsur seperti ketidakjelasan (*gharar*), perjudian (*maysir*), bunga (*riba*), dan penindasan (*dzulm*). Perusahaan ini diakui menjalankan transaksi yang adil karena berdasarkan kerelaan dan kesepakatan dari semua pihak tanpa ada tekanan dalam pembelian produk, serta didasarkan pada prinsip kemanusiaan. Implementasi nilai keadilan oleh PT Herba Penawar Alwahida juga tercermin dari kenyataan bahwa besarnya bonus yang diterima oleh

¹³ Beni Khoiril Abdillah, *Praktek Sistem Bonus Dalam Perusahaan Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI) Kota Semarang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi- UIN Walisongo, Semarang, 2015).

anggota sejalan dengan besar penjualan yang mereka capai. Oleh karena itu, tesis ini menegaskan pentingnya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik bisnis MLM untuk memastikan bahwa setiap aspek transaksi dan kegiatan bisnis berlangsung secara adil dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.¹⁴

6. Skripsi berjudul "Penerapan Kontrak Ju'alah pada Bonus Referral MLM Menurut Pemikiran Ulama' Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)", yang ditulis oleh Andes Laste Wijaya, mengulas konsep bisnis MLM yang diterapkan di PT Orindo Alam Ayu Jaringan Desty di Purbalingga, dan menyimpulkan bahwa bisnis ini dapat dianggap halal, transparan, dan tidak melibatkan unsur penipuan. Dalam perspektif Islam, bonus dalam MLM dapat diklasifikasikan sebagai kontrak ju'alah. Menurut pandangan Ulama Syafi'iyah, kontrak ju'alah adalah perjanjian untuk memberikan imbalan atas pekerjaan atau jasa tertentu, dengan syarat bahwa imbalan diberikan setelah pekerjaan selesai dan memenuhi rukun serta syarat yang telah ditetapkan. Ulama Syafi'iyah memperbolehkan penggunaan kontrak ju'alah dalam hal-hal yang tidak memberatkan. Dengan mempertimbangkan rukun dan syarat kontrak ju'alah yang telah terpenuhi oleh kedua belah pihak, dapat disimpulkan bahwa penggunaan kontrak ju'alah dalam bonus referral MLM Oriflame Jaringan Desty sesuai dengan prinsip yang diajarkan Ulama Syafi'iyah.¹⁵
7. Skripsi yang berjudul "Implementasi Akad Ju'alah Dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus di Bisnis Tiens)" oleh Karimah Wijayanti mengulas mengenai aplikasi akad ju'alah dalam konteks bisnis MLM syariah, di mana perusahaan berkomitmen memberikan imbalan atau hadiah kepada anggotanya setelah mereka menyelesaikan tugas yang

¹⁴ Mutia Husna, *Penerapan Nilai Keadilan Dalam Bisnis Multi Level Marketing Pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Kota Bukittinggi (Ditinjau Berdasarkan Kajian Ekonomi Islam)*, (Skripsi, IAIN Bukittinggi, 2017).

¹⁵ Andes Laste Wijaya, *Penerapan Akad Ju'alah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama' Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)*, (Skripsi -UIN Prof. KH. Syaifudin Zuhri, Purwokerto, 2021).

telah ditentukan. Dalam prakteknya, anggota akan mendapatkan imbalan setelah berhasil menyelesaikan berbagai tugas seperti merekrut anggota baru, membangun jaringan, dan melakukan penjualan produk. Bisnis MLM syariah, termasuk TIENS, diwajibkan untuk mematuhi ketentuan yang telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), serta mekanisme akad ju'alah yang diuraikan dalam Fatwa DSN-MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007. Bonus-bonus yang diberikan kepada anggota TIENS mencakup 7 jenis, seperti bonus sponsor, bonus pasangan, bonus bimbingan, bonus prestasi, bonus kepemimpinan, bonus sharing internasional, dan special reward, yang besarnya bervariasi tergantung pada jenis keanggotaan yang dipilih. Penelitian ini menyoroti kepentingan penerapan akad ju'alah dalam bisnis MLM syariah untuk memastikan bahwa semua transaksi dan pemberian imbalan dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang berlaku.¹⁶

8. Skripsi yang berjudul "Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Marketing Natura World Jejaring Soloraya Menurut Fikih Muamalah," yang ditulis oleh Vika Ayu Wulansari, menganalisis sistem pemberian insentif dalam Natura World kepada anggotanya dengan perspektif fikih muamalah. Penelitian ini menekankan bahwa sistem tersebut telah diatur dengan teliti, mematuhi semua rukun dan syarat-syarat akad ju'alah, di mana terdapat keterlibatan dua pihak yang sepakat, adanya pekerjaan yang dilakukan, janji imbalan, dan persetujuan yang diungkapkan melalui sighat ucapan. Namun, di lapangan masih ada masalah ketidaksesuaian di mana beberapa anggota tidak menjalankan bisnis Natura World sesuai dengan perjanjian MLM mereka. Situasi ini menyebabkan objek transaksi dalam rukun ju'alah tidak terpenuhi, seperti ketidakaktifan upline dalam memberikan bimbingan dan ketidakjelasan mengenai waktu pemberian insentif kepada downline. Ketidaksesuaian ini mengakibatkan akad ju'alah

¹⁶ Karimah Wijayanti, *Implementasi Akad Ju'alah Dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus di Bisnis Tiens)*, (Skripsi-UIN Walisongo Semarang, 2020).

menjadi tidak sah karena tidak memenuhi syarat sah yang diatur, yaitu terdapat manfaat dari bimbingan dan kejelasan mengenai apa yang diterima oleh downline.¹⁷

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif, yang bertujuan untuk memahami fenomena yang sedang diteliti melalui pendekatan naturalistik. Pendekatan kualitatif menitikberatkan pada pengumpulan data yang mendalam, analisis yang terperinci, serta interpretasi makna dari data yang terhimpun. Berbeda dengan metode kuantitatif yang menggunakan statistik untuk menguji hipotesis dan membuat generalisasi, pendekatan kualitatif lebih menekankan pada pemahaman konteks dan kompleksitas fenomena yang sedang diteliti. Dengan tidak menggunakan statistik, penelitian ini mengandalkan teknik seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap topik penelitian yang dipilih. Pendekatan analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan secara rinci karakteristik serta dinamika dari fenomena yang diamati, sehingga memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai subjek penelitian tersebut.¹⁸ Pendekatan sosiologis yang akan diterapkan dalam penelitian ini mengarah pada analisis perilaku subjek terkait implementasi bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di TIENS. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana individu-individu dalam konteks bisnis MLM tersebut bertindak, berinteraksi, dan merespons sistem yang ada di perusahaan TIENS. Sosiologi sebagai pendekatan penelitian memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dinamika sosial, norma, nilai, dan pola interaksi yang mempengaruhi pelaksanaan bisnis MLM. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti akan menganalisis

¹⁷ Vika Ayu Wulansari, *Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level marketing Natura World Jejaring Soloraya Menurut Fikih Muamalah*, (Skripsi- UIN Surakarta, 2023)

¹⁸ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hlm. 9

bagaimana pemahaman dan persepsi subjek terhadap praktik MLM yang diterapkan di TIENS, serta faktor-faktor sosial dan kontekstual yang membentuk perilaku dan keputusan mereka dalam menjalankan bisnis ini. Dengan demikian, pendekatan sosiologis diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti, serta implikasi sosial dari praktik bisnis MLM dalam konteks perusahaan TIENS.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua sumber, yaitu:

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama yang secara umum biasanya disebut dengan narasumber.¹⁹ dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara dengan distributor TIENS.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat diperlukan.²⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi data skunder adalah dokumen-dokumen, buku-buku, fatwa, dan regulasi dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), dan data-data lain yang berkaitan dengan judul penelitian. Objek Penelitian

3. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan informasi yang diterapkan oleh peneliti untuk menghimpun dan memproses data adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara (interview) yaitu suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian

¹⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi*, (Jakarta: Elex Media, 2012), 37.

²⁰ *Ibid*, 33.

lapangan sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dan jelas dari informan.²¹

Metode wawancara digunakan sebagai upaya penggalian data dan sumber untuk mendapatkan informasi secara langsung dan lebih akurat dari para pihak yang melakukan praktik dalam bisnis TIENS.

b. Observasi

Pengamatan langsung di lapangan merupakan metode penelitian yang melibatkan observasi secara langsung terhadap situasi atau fenomena yang sedang diteliti di tempat kejadian. Dalam konteks ini, peneliti akan menghabiskan waktu di lapangan untuk secara aktif mengamati berbagai aspek yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menghindari distorsi atau bias yang mungkin terjadi dalam interpretasi data, serta memastikan bahwa analisis yang dilakukan didasarkan pada pengalaman langsung yang akurat dari lapangan.²² Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengamati secara langsung aktivitas bisnis Multi Level Marketing (MLM) yang sedang berlangsung. Selain itu, observasi juga dimaksudkan untuk memvalidasi atau mencocokkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan realitas yang ada di lapangan. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat mengumpulkan data tambahan tentang cara kerja, pemberian bonus, interaksi antar anggota MLM, dan respons konsumen secara langsung.

c. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan mengakses dan mengumpulkan data sekunder seperti dokumen-dokumen, arsip-arsip, dan sumber lain yang relevan terkait dengan penerapan akad ju'alah dalam pemberian bonus di perusahaan MLM TIENS.

²¹ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 130.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), cet. 23, hlm. 228

d. Teknik analisis data

Analisis data kualitatif merupakan suatu proses yang sistematis untuk mengeksplorasi, mengorganisir, dan menginterpretasi data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Langkah utama dalam analisis ini meliputi pengelompokan data ke dalam kategori yang relevan, menjabarkan data kedalam unit-unit yang lebih kecil untuk memahami detailnya, mengidentifikasi pola atau tema yang muncul dari data, serta memilah informasi yang penting untuk dipelajari lebih lanjut. Tujuan dari analisis kualitatif adalah untuk menghasilkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti, sehingga kesimpulan yang ditarik dapat menjelaskan secara komprehensif bagi peneliti sendiri maupun bagi orang lain yang membaca hasil analisis tersebut. Metode ini memungkinkan interpretasi yang mendalam terhadap konteks dan makna dari setiap aspek data yang ada, sehingga memberikan pemahaman yang lebih dalam dan holistik terhadap fenomena yang diteliti.²³

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis yang bertujuan untuk memberikan deskripsi tentang keadaan obyek yang diteliti. Data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka.²⁴

F. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah pembahasan dan pemahaman skripsi ini, struktur penulisan dibagi menjadi lima bab yang saling mendukung dan terhubung satu sama lain yang disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan

BAB II : AKAD JU'ALAH DALAM BISNIS MLM

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*,..... hlm. 244

²⁴Hardani, et al., *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu: 2020), hlm. 163

Grand Theory, Teori Komunikasi Pemasaran, Akad *Ju'alah* mencakup Pengertian Akad *Ju'alah*, Dasar Hukum Akad *Ju'alah*, Rukun dan Syarat Akad *Ju'alah*, Pembatalan Akad *Ju'alah*, Perbedaan *Ju'alah* dengan *Ijarah*, Hikmah Akad *Ju'alah*. *Bisnis Multi Level Marketing* mencakup Pengertian *Bisnis Multi Level Marketing*, Konsep Dasar *Bisnis Multi Level Marketing*, Komisi, Bonus, dan Reward dalam *Bisnis Multi Level Marketing*, Perbedaan *Bisnis Multi Level Marketing* dengan *Money Game*, *Bisnis Multi Level Marketing* Menurut Hukum Islam, dan Fatwa MUI Tentang *Bisnis Multi Level Marketing*.

BAB III :GAMBARAN UMUM BISNIS TIENS

Membahas Gambaran Umum Bisnis TIENS, Marketing Plan Bisnis TIENS, dan Perhitungan Bonus Bisnis TIENS

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas Analisis Sistem Pemberian Bonus MLM Pada Bisnis Tiens dan Analisis Akad *Ju'alah* Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM Pada Bisnis Tiens.

BAB V :PENUTUP

Membahas Kesimpulan dan Saran

BAB II

LANDASAN TEORI TENTANG AKAD JU'ALAH DAN MULTI LEVEL MARKETING

A. *Grand Theory*

1. Teori Komunikasi pemasaran
 - a. Pengertian Komunikasi Pemasaran

Melihat bisnis *Multi Level Marketing* yang didalamnya terdapat aktivitas pemasaran secara langsung dengan konsumen, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teori komunikasi pemasaran, yaitu kerangka kerja dalam strategi pemasaran yang berfokus pada komunikasi yang efektif dengan target pasar. Menurut Firmansyah, (2020:2) Komunikasi pemasaran (marketing communication) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran (promotion) merupakan salah satu bentuk strategi yang dipakai perusahaan untuk berkomunikasi dengan segmen sasarannya. Sering disebut dengan bauran promosi (*Promotional Mix*).

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan proses pertukaran. Sedangkan Tjiptono & Diana (2016) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, menyediakan apa yang diinginkan pelanggan secara efisien dan menguntungkan. Pemasaran mempunyai tujuan beragam, diantaranya adalah mewujudkan kesejahteraan perusahaan dan pelanggan, mencari solusi terhadap permasalahan yang

dihadapi serta memperoleh manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.²⁵

b. Bauran Komunikasi

Menurut Kotler & Armstrong (2008:116) bauran komunikasi pemasaran terdapat beberapa karakteristik, diantaranya yaitu²⁶:

1. Iklan (*Advertising*)

Menurut Kasali (1992:51), iklan adalah komunikasi massa dan harus untuk menarik kesadaran, menanamkan informasi, mengembangkan sikap, atau mengharapkan adanya suatu tindakan yang menguntungkan bagi pengiklan.

2. Promosi Penjualan

Merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non-media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk (Setiadi, 2003:256).²⁷

3. Hubungan Masyarakat

Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan masyarakat untuk mendapat publitas sesuai dengan yang diinginkan dan membangun citra perusahaan yang baik.

4. Penjualan secara pribadi (*Personal Selling*)

Interaksi langsung yang terjadi dengan pelanggan atau calon pelanggan untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Dengan penjualan secara pribadi berarti perusahaan sudah berhadapan langsung dengan calon pembeli untuk menginformasikan kepada konsumen terkait suatu produk sekaligus membujuk secara langsung untuk membeli produk dan jasa.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

²⁵ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset, 5

²⁶ Philip Kotler dan Armstrong Gary, Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: Erlangga, 116.

²⁷ Setiadi Nugroho, Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Jakarta: Pustaka Media, 256.

Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditagdetkan dengan cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang baik dengan menggunakan surat langsung, internet, telepon, email, dan sarana lain untuk berkomunikasi dengan konsumen.

6. Pemasaran Online dan Media Sosial

Aktivitas dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau memperoleh penjualan produk dan jasa.

B. Multi Level Marketing

1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing atau yang biasa disebut MLM, berasal dari bahasa Inggris, dengan "multi" yang artinya banyak, "level" yang merujuk pada jenjang atau tingkat, dan "marketing" yang mengacu pada pemasaran. Dalam penggabungan kata tersebut, *Multi Level Marketing* menggambarkan sistem pemasaran yang memiliki struktur berjenjang atau bertingkat, di mana anggotanya tidak hanya menjual produk atau layanan, tetapi juga merekrut anggota baru yang kemudian juga akan menjual produk tersebut serta merekrut anggota lainnya. Dengan demikian, MLM menciptakan suatu jaringan pemasaran yang memungkinkan para anggotanya untuk memperoleh penghasilan dari penjualan langsung serta dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang direkrutnya.²⁸ MLM, atau Multi Level Marketing adalah sebuah metode bisnis alternatif yang berkaitan dengan sistem pemasaran dan distribusi yang dijalankan oleh sekelompok jaringan yang terdiri dari beberapa tingkatan atau level. Dalam MLM, para anggota tidak hanya bertugas menjual produk atau layanan, tetapi juga mengembangkan jaringan dengan merekrut anggota baru ke dalam organisasi mereka. Setiap anggota memiliki kesempatan

²⁸Andrias Harefa, *Multi Level Marketing*,..., hlm. 4

untuk mendapatkan penghasilan tidak hanya dari penjualan langsung produk atau layanan, tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang mereka rekrut ke dalam jaringan, serta dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang direkrut oleh anggota yang mereka rekrut, dan seterusnya. Dengan demikian, MLM menciptakan suatu struktur berjenjang yang memungkinkan para anggotanya untuk memperoleh penghasilan dari berbagai tingkatan dalam jaringan pemasaran mereka.²⁹

MLM pertama kali diperkenalkan di Indonesia sekitar tahun 1980-an, dan industri jaringan bisnis Penjualan Langsung (Direct Selling) MLM mulai berkembang pesat. Bahkan, pertumbuhan industri ini semakin meningkat setelah terjadi badai krisis moneter dan ekonomi. Banyak orang yang melihat situasi krisis sebagai momentum yang tepat untuk memanfaatkan model bisnis MLM ini, baik dari pemain asing maupun lokal, sebagai solusi bisnis yang menjanjikan. Faktanya, ketika terjadi krisis, orang-orang cenderung mencari cara untuk meningkatkan penghasilan dan mencari peluang bisnis alternatif. Dalam konteks ini, bisnis MLM menawarkan model bisnis yang menarik dan berpotensi besar untuk mendapatkan penghasilan tambahan atau bahkan menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak orang. Oleh karena itu, diminatnya bisnis MLM oleh berbagai kalangan merupakan refleksi dari daya tarik dan potensi besar yang dimilikinya dalam menghadapi situasi ekonomi yang tidak pasti..³⁰

Multi Level Marketing (MLM) dianggap sebagai metode pemasaran yang lebih efisien dan efektif daripada penjualan eceran (retail) karena melibatkan jaringan yang luas dan besar. Dalam MLM, jaringan terdiri dari individu yang terlibat dalam menggerakkan program pemasaran tersebut. Dibandingkan dengan sistem pemasaran konvensional, di mana perusahaan biasanya mengandalkan saluran distribusi yang terbatas seperti

²⁹Ahmad Sahlan, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM)", *Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syariah*, Vol. 4, No. 1 Februari 2016, hlm. 58

³⁰Agus Marimin dkk, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02, No. 02, Juli 2016, hlm. 106

toko-toko fisik, MLM memanfaatkan jaringan individu yang lebih besar dan beragam. Melalui MLM, setiap anggota jaringan memiliki kesempatan untuk menjadi agen pemasaran dan merekrut anggota baru ke dalam jaringan mereka. Dengan demikian, produk atau layanan yang ditawarkan dalam MLM dapat tersebar lebih luas dan lebih cepat mencapai konsumen potensial melalui jaringan yang dibangun oleh para anggota. Hal ini memungkinkan perusahaan MLM untuk mencapai pasar yang lebih besar dengan biaya pemasaran yang lebih rendah, sehingga dianggap lebih efisien dan efektif dalam mempromosikan produk atau layanan mereka.³¹

Dalam fiqih muamalah definisi *Multi Level Marketing* (MLM) dijelaskan sebagai sistem pemasaran modern berjenjang yang dibangun secara permanen dan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran.³²

Menurut Agustino, *Multi Level Marketing* (MLM) adalah sistem pemasaran yang melibatkan jaringan distribusi, di mana para konsumen memiliki kesempatan untuk terlibat dalam penjualan produk dan layanan serta memperoleh keuntungan dari kemitraan yang dibangun dalam jaringan tersebut. Dalam konteks MLM, para konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menjadi agen pemasaran atau distributor produk atau layanan tertentu. Dengan demikian, mereka dapat memperoleh keuntungan tidak hanya dari penjualan langsung produk atau layanan, tetapi juga dari membangun jaringan distribusi yang lebih luas dengan merekrut anggota baru. Konsep ini menciptakan kesempatan bagi para konsumen untuk memperluas jaringan bisnis mereka sendiri dan meningkatkan potensi pendapatan mereka melalui pembagian keuntungan yang didapatkan dari penjualan produk atau layanan serta dari aktivitas merekrut anggota baru.³³

Menurut Sabiq, *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan sebuah metode bisnis alternatif yang terkait dengan pemasaran dan distribusi yang

³¹Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Syariah", *Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2, No. 1, Desember 2018, hlm. 36

³²Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: AMZAH, 2010), hlm. 613

³³Agustino, *Prospek MLM Syariah di Indonesia* (Jakarta: Republika, 2002), hlm. 9

dilakukan melalui berbagai tingkatan atau level. Dalam konteks ini, ada istilah "upline" yang merujuk pada tingkatan atas dari suatu jaringan MLM dan "downline" yang merujuk pada tingkatan bawah dari jaringan tersebut. Istilah "upline" digunakan untuk mengidentifikasi individu atau grup yang berada di level yang lebih tinggi dalam jaringan, yang umumnya bertanggung jawab atas pelatihan, bimbingan, dan dukungan bagi anggota-anggota jaringan di bawah mereka. Sementara itu, "downline" mengacu pada anggota-anggota jaringan yang berada di level yang lebih rendah, yang biasanya bertanggung jawab atas penjualan produk atau layanan kepada konsumen dan mungkin juga merekrut anggota baru ke dalam jaringan. Dengan struktur yang terdiri dari berbagai level ini, MLM memungkinkan para anggotanya untuk memperluas jaringan mereka dan meningkatkan potensi pendapatan melalui pembagian komisi dan bonus dari penjualan produk atau layanan serta dari aktivitas merekrut anggota baru.³⁴

Fauzia menjelaskan secara komprehensif bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) adalah jenis bisnis yang melibatkan pembangunan jaringan distribusi dan pemasaran secara independen, di mana biaya pemasaran untuk produk konsumsi dan produk produksi dapat ditekan. Dalam konteks ini, produk dan layanan ditawarkan secara langsung (*direct selling*) oleh agen penjualan kepada konsumen, yang juga memiliki peran sebagai penjual. Dengan demikian, dalam model bisnis ini, tenaga penjualan tidak hanya bertindak sebagai agen pemasaran, tetapi juga berperan sebagai penjual langsung kepada konsumen akhir. Konsep ini memungkinkan pembentukan jaringan distribusi yang luas, di mana setiap agen penjualan memiliki kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari penjualan langsung produk atau layanan, serta dari kegiatan merekrut anggota baru ke dalam jaringan mereka. Dengan demikian, MLM memberikan peluang bagi para agen penjualan untuk mengembangkan

³⁴Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya,...*, hlm. 42

bisnis mereka sendiri dengan cara yang mandiri dan independen. Sebagai *upline* tugas yang harus dilakukan adalah mencari dan merekrut konsumen untuk dijadikan *downline*, dengan ketentuan harus mendaftar terlebih dahulu kepada perusahaan MLM sebagai member. Sehingga tidak heran jika pemasaran yang dilakukan perusahaan MLM tersebut mampu membentuk suatu jaringan yang solid.³⁵

Dengan demikian, dari pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa pengertian *Multi Level Marketing* yaitu melakukan penawaran dan pemasaran produk secara langsung kepada konsumen dengan cara membentuk jaringan kerja yang dilakukan dan dikembangkan oleh para member yang tergabung di dalamnya.

Ada beberapa istilah lain dalam MLM yaitu sistem *network marketing*, pemasaran berjenjang, pemasaran jaringan, dan sering juga disebut dengan sistem penjualan dengan metode *Direct Selling (DS)*.

MLM sering disebut dengan *Network Marketing* karena metode pemasaran yang memanfaatkan sistem jaringan (*network*), di dalamnya terdapat beberapa tingkatan yang sering disebut dengan *upline* (Tingkat atas) dan juga tingkat bawah yang disebut dengan *downline*. Artinya orang tersebut akan dikatakan *upline* jika dia telah mendapatkan *downline*. Inti dari bisnis MLM adalah bisnis yang digerakkan oleh jaringan, baik yang bersifat vertikal atas-bawah maupun horizontal kanan-kiri, atau bisa juga gabungan antara keduanya.³⁶

MLM disebut dengan *Direct Selling* karena sistem penjualan barang ataupun jasa dilakukan secara langsung kepada konsumen dengan cara bertemu langsung tanpa pihak ke-tiga. Di Indonesia, usaha-usaha yang menerapkan sistem penjualan langsung tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Dalam bahasa Inggris, APLI

³⁵Ika Yunia Fauzia, Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (MLMS) pada Herba Penawar Alwahida (HIPA) di Surabaya, Disertasi, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2011, hlm. 5

³⁶Agus Marimin, et al. "Bisnis Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02. No. 02, Juli 2016, hlm. 106-107

disingkat dengan IDSA (*Indonesian Direct Selling Association*), dan tergabung dalam *World Federation of Direct Selling Association* (WFDSA). Dan saat ini APLI menjadi organisasi satu-satunya yang menaungi perusahaan yang bergerak dalam industri penjualan langsung.³⁷

2. Konsep Dasar Multi Level Marketing MLM

Konsep utama dan tujuan dalam bisnis MLM adalah menjalankan penjualan atau pemasaran langsung produk kepada konsumen tanpa perlu menggunakan jalur distribusi konvensional, sehingga biaya distribusi dapat dikurangi hingga mencapai nol. Dalam konteks ini, MLM memungkinkan produk untuk langsung diteruskan dari produsen kepada konsumen melalui jaringan distributor mandiri atau agen penjualan. Proses ini mengurangi biaya-biaya yang umumnya timbul dalam rantai distribusi tradisional, seperti biaya gudang, transportasi, dan saluran ritel. Selain itu, dalam bisnis MLM terdapat elemen pelayanan, di mana para distributor menerima imbalan atau kompensasi berdasarkan persentase dari nilai produk yang mereka berhasil jual. Distributor juga memiliki kesempatan untuk mendapatkan bonus dari perusahaan MLM sesuai dengan prestasi mereka dalam mencapai target penjualan atau merekrut anggota baru ke dalam jaringan mereka. Dengan demikian, bisnis MLM memberikan kesempatan kepada individu untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjual produk dan membangun jaringan distribusi, tanpa memerlukan biaya distribusi besar atau biaya promosi yang tinggi.³⁸

Mekanisme yang unik dari bisnis MLM ini melibatkan seorang distributor yang mengajak individu lain untuk menjadi distributor juga. Setiap individu yang bergabung memiliki kesempatan untuk mengajak orang lain, membentuk jaringan yang terus berkembang. Seluruh anggota dalam jaringan ini memiliki kebebasan penuh untuk mengundang siapa pun hingga mencapai tingkat tertinggi. Hal ini menjadi perbedaan

³⁷Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media 2005), hlm. 16

³⁸Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis*, (yogyakarta: Bunyan, 2013), 210-211

mendasar antara Multi Level Marketing dan model distribusi tradisional yang lebih konvensional.³⁹

Sistem penjualan dalam bisnis MLM (Multi-Level Marketing) dirancang untuk memanfaatkan konsumen sebagai agen penjualan utama. Konsumen ini tidak hanya membeli produk, tetapi juga berperan sebagai distributor dengan menjual produk tersebut ke orang lain. Harga jual yang mereka tawarkan mencakup harga produksi barang ditambah dengan komisi yang mereka dapatkan sebagai distributor. Konsep ini menguntungkan konsumen karena mereka secara tidak langsung menjadi bagian dari distribusi produk serta membantu dalam promosi bisnis tanpa perlu biaya iklan besar-besaran. Dalam MLM, target penjualan tidak ditetapkan secara langsung oleh perusahaan induk, melainkan ditentukan oleh setiap distributor independen dan jaringannya sendiri. Perusahaan hanya menetapkan komisi, potongan harga, dan insentif lainnya berdasarkan jumlah penjualan yang berhasil dilakukan oleh distributor. Semua aturan dan imbalan ini dijelaskan kepada distributor independen saat mereka bergabung dengan MLM untuk memberi pengertian tentang bagaimana mereka dapat memaksimalkan pendapatan mereka melalui jaringan penjualan yang mereka bangun.

Menurut pandangan Kuswara, strategi untuk mempersingkat jarak antara produsen dan konsumen diyakini dapat signifikan mengurangi biaya-biaya yang terkait dengan pemasaran dan distribusi, dengan potensi penghematan mencapai 60%. Dampak pengurangan biaya ini tidak hanya menguntungkan produsen dengan meningkatkan profitabilitas mereka, tetapi juga memberikan insentif kepada distributor independen melalui pembayaran komisi dan bonus. Besarnya kompensasi ini ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan pada kebijakan yang ada, dan hal ini diharapkan dapat mendorong kinerja distributor dalam mendistribusikan produk ke pasar dengan lebih efisien. Pendekatan ini menggambarkan upaya untuk

³⁹Husnia, “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM Pada Bisnis Nu Amoorea”, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019, 31-32

mengoptimalkan rantai pasokan dengan memanfaatkan teknologi atau strategi lain yang memungkinkan produsen berinteraksi secara langsung dengan konsumen, mengurangi ketergantungan pada saluran distribusi tradisional dan memaksimalkan efisiensi serta profitabilitas keseluruhan.⁴⁰

MLM telah diakui sebagai sistem bisnis yang terstruktur dengan baik di Indonesia, di mana perusahaan-perusahaan MLM dapat bergabung sebagai anggota APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia) atau WFDSA (World Federation of Direct Selling Association). MLM sering dianggap sebagai kesempatan bisnis yang menarik, namun kesuksesan di dalamnya memerlukan dedikasi dan tindakan aktif, bukan sekadar menunggu keberuntungan. Keberhasilan dalam MLM sangat tergantung pada tingkat komitmen dan loyalitas anggota terhadap perusahaan dan produknya. Bisnis ini menekankan pentingnya membangun jaringan yang solid dan hubungan yang erat di antara para anggotanya, yang diharapkan dapat mendorong penjualan serta pertumbuhan berkelanjutan. Meskipun memiliki potensi untuk memberikan penghasilan yang menjanjikan, kesuksesan dalam MLM juga memerlukan pemahaman mendalam akan strategi pemasaran, manajemen waktu, dan komunikasi efektif untuk membangun serta menjaga jaringan distribusi yang efisien.⁴¹

Berbagai aspek menjadi ciri khas bisnis MLM berbeda dengan bisnis konvensional lainnya, yang menarik bagi seseorang untuk memilih bergabung dalam bisnis ini. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Modal yang minim. Saat seseorang memutuskan untuk terlibat dalam bisnis, yang paling penting adalah persiapan modal. Dalam bisnis MLM, modal yang dibutuhkan relatif kecil karena setiap calon distributor tidak perlu menyewa tempat seperti yang biasa dilakukan dalam membuka toko atau kantor konvensional. Mereka juga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk manajemen, memegang stok barang,

⁴⁰Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media 2005), 20

⁴¹Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Syariah", *Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2. No. 1, Desember 2018, 36-37.

atau membayar gaji karyawan. Modal awal terbatas hanya pada biaya pendaftaran, yang meliputi biaya cetak starter kit, katalog produk, dan harga produk yang dikeluarkan untuk keperluan promosi.

- b. Disediakan arahan dan panduan. Dalam dunia MLM, setiap anggota yang bergabung mendapat bimbingan intensif dari upline dan support system yang telah terbukti. Support system ini berfungsi sebagai pendukung pendidikan bisnis yang komprehensif.
 - c. Risiko minimal. Bisnis MLM memiliki risiko yang jauh lebih kecil dibandingkan dengan model bisnis lainnya.
 - d. Potensi pendapatan besar. MLM adalah bisnis berbasis jaringan di mana tidak ada batasan jumlah mitra kerja yang bisa dimiliki oleh seorang distributor. Ini menciptakan potensi untuk memperoleh pendapatan yang substansial.
 - e. Ekspansi wilayah atau bisnis. Setelah membangun jaringan bisnis MLM yang kuat, langkah selanjutnya yang bisa diambil oleh distributor adalah melakukan ekspansi ke wilayah baru atau mengembangkan bisnis lebih lanjut.⁴²
3. Komisi, Bonus, dan Reward dalam MLM

Secara umum dalam dunia bisnis, komisi berkaitan dengan omzet penjualan pribadi ataupun kelompok, sedangkan bonus merupakan hadiah apabila seorang distributor telah mencapai target tertentu. Keduanya merupakan hal yang lazim dan umum ditemui dalam berbagai jenis bisnis. Komisi biasanya diberikan sebagai imbalan atas upaya penjualan yang dilakukan oleh individu atau tim, dihitung berdasarkan persentase atau nilai dari penjualan yang mereka hasilkan. Hal ini bertujuan untuk memberikan insentif kepada para pekerja untuk meningkatkan kinerja mereka dalam mencapai target penjualan perusahaan. Sementara itu, bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan jika seseorang atau tim berhasil mencapai atau melebihi target yang telah ditetapkan. Bonus

⁴²MLM Leaders, *The Secret Book Of MLM For 21st Century/ MLM Leaders*, (Surabaya: MIC Publishing, 2007), hlm. 4-14

seringkali menjadi motivasi ekstra bagi para pekerja untuk bekerja lebih keras dan mencapai hasil yang lebih baik. Kedua bentuk imbalan ini menjadi bagian penting dari sistem penghargaan dalam bisnis, membantu mendorong motivasi, meningkatkan produktivitas, dan memelihara loyalitas serta komitmen individu terhadap perusahaan.⁴³

Menurut ketentuan dari Menteri Perdagangan RI, konsep komisi dan bonus memiliki makna yang berbeda secara spesifik. Komisi mengacu pada imbalan yang diberikan kepada mitra usaha oleh perusahaan, dihitung berdasarkan performa nyata dalam menjual produk atau layanan, baik itu dilakukan secara individu maupun melalui jaringan yang mereka manajemen. Besarnya komisi umumnya tergantung pada volume atau nilai transaksi yang berhasil dihasilkan oleh mitra usaha tersebut. Sementara itu, bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan kepada mitra usaha sebagai pengakuan atas pencapaian mereka dalam mencapai atau bahkan melampaui target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian bonus ini tidak hanya bertujuan untuk memotivasi mitra usaha agar lebih produktif dalam mencapai target penjualan, tetapi juga sebagai bentuk apresiasi terhadap kontribusi luar biasa yang mereka berikan terhadap kesuksesan bisnis perusahaan. Pentingnya memahami perbedaan konseptual antara komisi dan bonus ini adalah untuk mengidentifikasi cara perusahaan memberikan penghargaan dan insentif yang tepat kepada mitra usaha dalam mendukung pencapaian tujuan bisnis mereka.⁴⁴ Persamaan dari keduanya yaitu sama-sama merupakan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan atas pencapaian hasil kerja yang telah dilakukan.

Insentif dalam bentuk komisi dan bonus dalam Islam diatur sesuai dengan prinsip-prinsip skema Ijarah (upah-mengupah). Insentif ini diberikan sebagai penghargaan atas prestasi dalam penjualan produk serta dalam membina dan mengelola downline yang berkontribusi dalam

⁴³Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media 2005), 53.

⁴⁴Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung, 3.

kesuksesan penjualan. Nilai insentif yang diberikan harus memenuhi tiga syarat utama, yaitu adil, terbuka, dan berorientasi pada falah (kesejahteraan dunia dan akhirat). Adil berarti pembagian insentif harus sesuai dengan kontribusi nyata yang dilakukan oleh individu atau tim. Terbuka artinya proses penetapan dan pembagian insentif harus transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Berorientasi falah menekankan bahwa insentif yang diberikan tidak hanya untuk kepentingan dunia semata, tetapi juga untuk mencapai kebaikan dan kesejahteraan akhirat. Selain itu, dalam memberikan bonus kepada upline, tidak boleh dilakukan dengan cara yang mengurangi hak-hak atau keadilan bagi downline (bawahannya), sehingga tidak terjadi perlakuan yang tidak adil atau kezaliman dalam distribusi insentif tersebut. Dengan demikian, prinsip-prinsip ini menjadi pedoman dalam implementasi insentif dalam bisnis MLM atau skema penjualan lainnya dalam kerangka Islam.⁴⁵

Dalam sistem MLM yang benar, besarnya komisi dan bonus yang diterima seorang distributor tidak semata-mata karena dia telah bergabung lebih awal atau lebih lama dalam usaha MLM tersebut. Lebih penting lagi, besarnya komisi dan bonus harus mencerminkan prestasi nyata yang ditunjukkan oleh distributor dalam meningkatkan omzet penjualan usaha MLM. Ini berarti bahwa seorang distributor harus mampu secara aktif menjual produk atau layanan MLM kepada konsumen akhir serta mampu membangun dan mengelola jaringan distribusi yang efektif. Keberhasilan dalam mencapai omzet penjualan yang tinggi dan stabil akan menghasilkan komisi yang besar, sedangkan bonus biasanya diberikan sebagai penghargaan tambahan atas pencapaian tertentu seperti mencapai target penjualan atau memenuhi kualifikasi tertentu dalam struktur kompensasi MLM. Dengan demikian, dalam sistem MLM yang sehat, besarnya komisi dan bonus seharusnya sejalan dengan kontribusi nyata dan prestasi yang dibuktikan oleh seorang distributor, bukan sekadar berdasarkan masa bergabung dalam usaha MLM tersebut.

⁴⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2002), hlm. 113

Dana untuk komisi dan bonus dalam bisnis MLM berasal dari penghematan yang didapat melalui pengalihan jalur distribusi dan efisiensi biaya promosi. Dalam konteks bisnis MLM, penggunaan jalur distribusi yang lebih singkat dan strategi promosi yang lebih terfokus menghasilkan pengurangan biaya yang signifikan. Penghematan ini kemudian dialokasikan untuk memberikan komisi kepada distributor yang berhasil menjual produk atau layanan MLM serta untuk memberikan bonus kepada mereka yang mencapai atau melampaui target yang ditetapkan. Berbeda dengan perusahaan konvensional yang biasanya mengeluarkan dana besar untuk biaya promosi dan distribusi panjang, bisnis MLM mampu memanfaatkan strategi distribusi yang lebih langsung dan promosi yang lebih efisien, sehingga dapat mengalokasikan lebih banyak sumber daya ke insentif langsung bagi distributor. Hal ini merupakan salah satu karakteristik utama yang membedakan bisnis MLM dengan bisnis konvensional lainnya dalam hal alokasi dana dan strategi pengeluaran.⁴⁶

4. MLM Menurut Hukum Islam

Hukum Islam mengakui dan memahami dengan baik karakteristik muamalah serta dinamika perkembangan sistem dan budaya bisnis yang selalu berubah. Bisnis dalam kerangka syariah Islam, pada dasarnya, masuk dalam kategori muamalat yang hukum asalnya adalah mubah (boleh) selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip utama dalam syariat Islam. Muamalah merujuk pada hubungan-hubungan ekonomi dan bisnis antara individu-individu, yang diatur dalam Islam dengan landasan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan. Prinsip-prinsip ini mencakup larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), serta mendorong untuk melakukan perdagangan dan investasi yang menghasilkan manfaat bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, bisnis dalam perspektif syariah Islam diharapkan tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi,

⁴⁶Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media 2005), hlm. 53-65.

tetapi juga berperan sebagai instrumen untuk mencapai kesejahteraan spiritual dan sosial umat serta mempromosikan nilai-nilai etika dalam semua aspek kehidupan bermasyarakat. Hal ini sejalan berdasarkan dalil Al-Quran Surat Al-Baqarah (2): 279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ
وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : “Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”.⁴⁷

Sejalan dengan dalil di atas, terdapat juga suatu kaidah yang masyhur di kalangan para ulama fiqh yang berbunyi:

أَلْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : “Al-ashlu fil mu’amalati Al-ibahah illa an- yadullu dalilu ‘ala tahriimihaa” (Pada dasarnya segala hukum asal dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya).⁴⁸

Dengan berpegang pada kaidah fiqh di atas, maka setiap muslim diberikan kebebasan untuk melakukan aktivitas ekonomi selama aktivitas tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang.⁴⁹ Artinya setiap manusia bebas untuk berimprovisasi dan berinovasi melalui sistem dan teknik dalam perdagangan asalkan tidak keluar dari kaidah Islam.

Bisnis MLM merupakan model bisnis baru yang diperbolehkan selama tidak bertentangan dalam ajaran Islam. Ada unsur dan prinsip-prinsip yang harus terpenuhi dalam ajaran Islam yaitu tidak melakukan *maysir* (gambling), *gharar* (ketidakjelasan), *riba*, dan *batil*. Sedangkan untuk melihat suatu sistem bisnis terbebas dari unsur keharaman, dapat dilihat dari dua unsur yaitu unsur produk dan unsur yang dijalankan. Unsur produk harus bersih dan terbebas dari zat yang haram, dan yang kedua

⁴⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, QS. Al-baqarah: 279

⁴⁸Ahmad Mardalis, Nur Khasanah, “Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Falah*, Vol. 1 No. 1 Februari 2016, hlm. 33

⁴⁹Fathurrahman Azhari, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*, (Banjarmasin: LPKU, 2015), hlm.

yaitu unsur sistem yang dijalankan harus berdasarkan prinsip akad syariah.⁵⁰

Islam menegaskan prinsip-prinsip yang ketat terkait pengembangan sistem bisnis. Salah satu aspeknya adalah kebutuhan untuk menghindari unsur-unsur dharar (bahaya), jahalah (ketidakjelasan), dan zhulm (ketidakadilan atau perlakuan tidak adil terhadap orang lain). Ketika membicarakan pemberian insentif seperti bonus, prinsip-prinsip ini tetap berlaku dengan tegas. Bonus harus didistribusikan secara adil, yang berarti pemberiannya harus didasarkan pada pencapaian yang konkret dan tidak semata-mata berdasarkan keuntungan dari posisi hierarkis yang lebih tinggi. Selain itu, pemberian bonus tidak boleh menyebabkan ketidakadilan atau merugikan pihak lain dalam struktur organisasi. Prinsip ini menekankan bahwa sistem insentif dalam bisnis harus dirancang untuk merangsang kinerja yang unggul, memotivasi semua anggota tim, dan menciptakan lingkungan yang adil dan seimbang. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, Islam mengajarkan agar setiap kegiatan bisnis tidak hanya memenuhi tujuan materiil, tetapi juga mendukung nilai-nilai keadilan sosial serta kesejahteraan umat secara menyeluruh.

Bisnis MLM yang menggunakan strategi pemasaran berjenjang atau levelisasi pada dasarnya memiliki potensi positif, asalkan dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam konteks ini, MLM tidak hanya dipandang sebagai suatu model bisnis, tetapi juga sebagai wadah yang dapat mempromosikan silaturahmi (hubungan baik antar-individu), dakwah (penyampaian nilai-nilai Islam), dan tarbiyah (pembinaan spiritual). Menurut Muhammad Hidayat dari Dewan Syariah MUI Pusat, metode ini mencerminkan pendekatan yang pernah digunakan oleh Rasulullah SAW dalam awal dakwah Islam, di mana informasi dan nilai-nilai Islam disebarkan secara langsung dari mulut ke mulut antara sahabat-sahabat beliau. Pendekatan ini membantu Islam diterima oleh

⁵⁰Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi Teladan Rasulullah SAW dalam Berbisnis,...*, hlm. 211

masyarakat luas pada waktu itu. Dengan demikian, penggunaan model MLM dalam kerangka syariah tidak hanya bertujuan untuk mencapai tujuan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan dan memperkuat nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam agama.⁵¹

Agar tidak menyalahi syariah Islam, sebuah bisnis MLM harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya sebagai berikut⁵²:

- a. Terdapat transaksi yang nyata mengenai barang dan jasa yang diperdagangkan.
- b. Barang atau jasa yang diperjualbelikan tidak termasuk dalam kategori barang haram, tidak menimbulkan bahaya, tidak mengandung unsur riba, dan tidak terkait dengan produk pornografi.
- c. Bonus yang diberikan harus transparan, baik dalam nominal maupun persentasenya sejak awal.
- d. Tidak ada penyalahgunaan atau eksploitasi dalam pembagian bonus antara anggota yang bergabung pada awal dengan yang bergabung kemudian.
- e. Perlu dilakukan upaya agar produk yang dijual merupakan karya anak bangsa, bahkan lebih disukai jika merupakan hasil produksi dari sesama umat seiman.
- f. Harapan besar terletak pada keberadaan Dewan Pengawas Syariah untuk memiliki sistem internal audit dan surveilans yang dapat berfungsi sebagai penyaring jika terdapat pelanggaran terhadap prinsip-prinsip agama.

Poin-poin tersebut minimal dapat dijadikan referensi untuk menilai sebuah bisnis MLM apakah sejalan dengan nilai-nilai syariah dan pemberdayaan ekonomi umat ataupun tidak.

⁵¹Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, (FKEBI IAIN Sumatera Utara: Medan, 2002) hlm. 30

⁵²Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media 2005), hlm. 92-93.

5. Perbedaan Bisnis *Multi Level Marketing* dengan *Money Game*

Ada beberapa jenis bisnis yang memanfaatkan jaringan sebagai landasan operasionalnya. Selain network marketing (MLM) yang populer dikalangan masyarakat yaitu *money game*. Bagi orang awam tentu akan sulit membedakan jenis bisnis tersebut, sehingga tidak sedikit orang yang tertipu dengan bisnis berkedok MLM tersebut. Untuk mencegahnya kita dapat membedakan tentang jenis tersebut agar dapat memilah mana bisnis yang baik dan yang tidak baik untuk dilakukan.

Perbedaan bisnis MLM dengan *Money game* yaitu bisnis *money game* menggunakan sistem skema piramida, di mana orang yang bergabung terlebih dahulu pasti akan mendapatkan untung yang banyak, sedangkan orang yang bergabung belakangan pasti akan rugi. Sesuai dengan namanya *money game* (permainan uang) orang di dalamnya hanya memainkan uang untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan MLM sama dengan jual beli biasa, namun yang membedakannya ada pada perjenjangannya.

Secara konseptual, MLM dan *Money Game* memiliki perbedaan yang mencolok. MLM adalah sistem pemasaran langsung dimana produk dijual dari produsen langsung kepada konsumen melalui jaringan multi level. Fokus utamanya adalah pada aspek pemasaran, dengan struktur multi level yang memungkinkan distribusi produk secara efisien. *Money game* seperti namanya, lebih menekankan pada unsur "game" atau permainan, sering kali menjanjikan keuntungan yang tidak realistis dan biasanya tidak melibatkan produk atau jasa yang sebenarnya. Model Bisnis tersebut tidak terlibat dalam aktivitas pemasaran produk seperti MLM, dan karenanya tidak termasuk dalam kategori bisnis MLM yang sah. Penting untuk memastikan bahwa kegiatan ekonomi yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum dan etika yang berlaku.⁵³

Menurut Helmi Attamimi, ketua Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) yang memayungi bisnis MLM di Indonesia, kegiatan

⁵³*Ibid*, 22.

bisnis money game sering dikamufase dengan kegiatan MLM yang dijanjikan akan mendapatkan keuntungan yang besar dalam waktu singkat. Ciri-ciri bisnis *money game* berupa biaya pendaftaran yang sangat tinggi, tidak ada barang yang diperjualbelikan, walaupun terdapat barang, harganya pun tidak realistis dan hanya mengandalkan penghasilan dari perekrutan member baru. Perusahaan ini tidak terdaftar dan sudah jelas tidak diakui oleh APLI.⁵⁴

Menurut Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) terdapat perbedaan antara MLM dengan skema piramida yaitu:

- a. MLM telah tersebar luas dan diterima oleh hampir seluruh dunia, sementara skema piramida telah dilarang di banyak negara dan dikecam oleh otoritas hukum, bahkan sering kali mengakibatkan penangkapan pengelolanya oleh pihak berwajib.
- b. MLM berhasil meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan bagi semua anggotanya dari tingkat puncak hingga paling bawah, sementara skema piramida hanya menguntungkan orang-orang yang bergabung di awal, dengan kerugian yang dialami oleh mereka yang bergabung belakangan.
- c. Keberhasilan seorang distributor MLM ditentukan oleh upaya keras dalam menjual atau membeli produk atau jasa yang memberikan nilai tambah kepada konsumen, sedangkan pada skema piramida, keberhasilan anggota diukur berdasarkan jumlah rekrutan baru dan jumlah uang yang disetor hingga membentuk struktur piramida.
- d. Dalam MLM, setiap individu hanya diperbolehkan menjadi distributor sekali, sementara dalam skema piramida, setiap orang dapat menjadi anggota berkali-kali dalam jangka waktu tertentu dengan membeli "kavling", sehingga satu orang bisa memiliki beberapa posisi.
- e. Biaya pendaftaran untuk menjadi anggota MLM tidak terlalu tinggi, masuk akal, dan umumnya memberikan Starter Kit yang bernilai.

⁵⁴ Imam Mas Arum, "Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game", Jurnal Muqtasid, Vol.3 No.1, 2012, 27

Tujuan pendaftaran bukanlah untuk memaksa pembelian produk dan bukan untuk mencari keuntungan dari pendaftaran itu sendiri. Di sisi lain, biaya pendaftaran pada skema piramida sering kali sangat mahal, sering kali disertai dengan produk-produk yang dihargai sangat tinggi (melebihi harga pasar). Keuntungan pada skema ini lebih diperoleh dari merekrut anggota baru daripada dari penjualan produk.

- f. Program pembinaan bagi distributor sangat penting dalam MLM untuk memastikan anggota yang berkualitas bergabung. Di skema piramida, umumnya tidak ada program pembinaan karena yang diperlukan hanyalah merekrut orang saja.
- g. Dalam MLM, pelatihan mengenai produk menjadi krusial karena produk harus sampai ke tangan konsumen. Sebaliknya, skema piramida tidak memberikan pelatihan mengenai produk karena fokus utamanya hanya pada merekrut anggota baru. Produk dalam skema ini seringkali hanya menjadi kedok semata.

Kesimpulan yang dapat diambil dari perbedaan antara MLM dan *Money Game* adalah bahwa dalam MLM, kesuksesan dan keuntungan mitra bisnis bergantung pada upaya mereka dalam menjual produk atau jasa yang bermanfaat bagi konsumen. Di sisi lain dalam *Money Game*, keuntungan dan kesuksesan anggota lebih banyak tergantung pada kemampuan mereka untuk merekrut orang lain dan menyertakan sejumlah uang, sehingga membentuk struktur piramida. Skema piramida cenderung cepat mencapai titik jenuh, dan anggota yang bergabung belakangan akan cenderung mengalami kerugian karena kesulitan dalam merekrut anggota baru di bawah mereka. Hal ini berarti bahwa mereka mungkin tidak dapat mencapai tingkat keuntungan yang dijanjikan pada awal bergabung.

Masyarakat untuk lebih berhati-hati dan bijak dalam memilih bisnis MLM, karena tidak semua yang terlihat seperti bisnis MLM sejati adalah benar-benar bisnis MLM yang sah dan beretika. Masyarakat perlu mampu memilah dan mengidentifikasi perbedaan antara bisnis MLM yang sesuai

dengan prinsip-prinsip yang berlaku dan yang hanya menggunakan label MLM sebagai kedok untuk tujuan yang tidak jelas atau merugikan.

6. Fatwa MUI Tentang Multi Level Marketing

Fatwa PBLs No. 75/DSN MUI/VII/2009 dari Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan langkah signifikan dalam memberikan pedoman yang jelas terkait praktik penjualan berjenjang dalam bisnis MLM. Dokumen ini mengatur prinsip-prinsip syariah yang harus diikuti oleh pelaku bisnis MLM agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. DSN-MUI menegaskan pentingnya menghindari praktik-praktik yang berpotensi merugikan atau tidak adil terhadap pihak lain, serta menyoroti kebutuhan akan transparansi dalam sistem kompensasi dan manajemen bisnis. Fatwa ini menjadi acuan bagi pelaku bisnis MLM di Indonesia untuk menjalankan kegiatan mereka dengan mempertimbangkan nilai-nilai etika dan hukum Islam, dengan tujuan memberikan perlindungan kepada konsumen dan memastikan kelangsungan bisnis dalam kerangka yang sesuai dengan prinsip syariah.⁵⁵

Dalam fatwa tersebut terdapat 12 poin persyaratan di dalamnya yang harus ada di sebuah industri atau perusahaan MLM. Diantaranya yaitu:⁵⁶

- a. Terdapat transaksi riil yang melibatkan pertukaran barang atau jasa.
- b. Transaksi dilakukan dengan objek yang tidak mengandung unsur haram, haruslah halal dan bermanfaat.
- c. Dalam perdagangan, tidak boleh terdapat unsur ketidakjelasan, perjudian, riba, potensi bahaya, atau ketidakadilan.
- d. Tidak ada kenaikan harga yang tidak wajar atau biaya tambahan yang berlebihan, sehingga tidak merugikan konsumen.

⁵⁵DSN-MUI Tentang *Pedoman Penjualan Berjenjang Syariah* (PBLs) No : 75/DSN MUI/VII/2009. <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/7/> diakses pada 14 Maret 2021 18.30 WIB.

⁵⁶Gemala Dewi, Wiryaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 198

- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan harus sejalan dengan pencapaian nyata dalam penjualan dan menjadi sumber pendapatan utama bagi mitra bisnis dalam PBLs.
- f. Bonus yang diberikan harus jelas besarnya saat transaksi dilakukan, sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Tidak diizinkan adanya komisi atau bonus pasif yang diperoleh secara rutin tanpa adanya penjualan produk atau jasa.
- h. Pembagian komisi atau bonus kepada anggota tidak boleh berlebihan dalam memberikan janji atau iming-iming yang berlebihan.
- i. Pembagian komisi atau bonus harus adil dan tidak mengeksploitasi satu pihak terhadap yang lain.
- j. Sistem perekrutan anggota, bentuk penghargaan, dan acara seremonial harus selaras dengan nilai-nilai akidah, syariat, dan akhlak yang baik.
- k. Setiap mitra yang merekrut anggota wajib memberikan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya.
- l. Tidak melakukan kegiatan yang tergolong money game atau permainan uang.

7. *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah

Dalam perspektif fiqh Islam, bisnis MLM termasuk dalam ranah muamalah yang tercakup dalam bab buyu' atau perdagangan. Ini berarti bahwa dalam hukum Islam, tidak ada nash (teks langsung) dari Al-Qur'an atau As-sunnah yang secara spesifik mengatur tentang MLM. Namun demikian, prinsip-prinsip umum yang terdapat dalam Al-Qur'an, As-sunnah, dan kaidah-kaidah fiqh dapat memberikan pedoman tentang bagaimana berbisnis secara adil, transparan, dan tidak merugikan pihak lain. Prinsip-prinsip seperti keadilan dalam pembagian keuntungan, transparansi dalam transaksi, menghindari riba, dan menjauhi praktik-praktik yang merugikan adalah nilai-nilai yang relevan dalam konteks bisnis MLM, sesuai dengan norma-norma yang diatur dalam fiqh muamalah. Meskipun tidak ada hukum yang spesifik mengenai MLM, prinsip-prinsip umum Islam tetap memberikan arahan kepada umat

Muslim dalam menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan nilai-nilai agama.⁵⁷

Tidak dapat disangkal bahwa bisnis MLM saat ini telah tersebar luas dan berkembang pesat, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dengan banyak inovasi yang dilakukan. Bahkan di Indonesia, beberapa bisnis MLM telah mengklaim bahwa mereka telah sesuai dengan prinsip syariah dan mendapatkan sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Pelaku bisnis MLM mengoperasikan bisnis mereka dengan menjual baik produk barang maupun jasa, di mana jasa yang dimaksudkan terutama merujuk pada jasa pemasaran berjenjang (levelisasi). Dalam sistem ini, anggota MLM dibayar berdasarkan kinerja mereka dalam merekrut anggota baru, menjual produk, atau membangun jaringan penjualan. Imbalan untuk anggota MLM dapat berupa fee pemasaran, bonus berdasarkan pencapaian tertentu, insentif, atau penghargaan lainnya, tergantung pada seberapa baik mereka mencapai target dan kinerja yang ditetapkan oleh perusahaan. Sistem kompensasi ini dirancang untuk mendorong motivasi dan kinerja anggota dalam mempromosikan produk serta memperluas jaringan penjualan secara efektif.

Terdapat dua aspek untuk menilai apakah MLM tersebut sudah sesuai dengan syariah Islam atau tidak, yaitu⁵⁸:

- a. Aspek produk barang atau jasa yang dijual harus sesuai dengan prinsip syariah. Produk yang dijual harus halal, bermanfaat, dan mempunyai harga yang jelas. Karena MLM yang dikelola oleh seorang muslim objeknya jika tidak memenuhi di atas maka hukumnya tidak sah.
- b. Sistem dari MLM itu sendiri. Sistem akad yang dijalankan pada MLM syariah harus memenuhi kaidah dan rukun jual beli yang terdapat dalam hukum Islam, kebijakan perusahaan dalam menentukan *mark-*

⁵⁷Nur Dinah Fauziah, dkk. Multi Level Marketing Dalam Perspektif Syariah, *AL-ADALAH: Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, Vol. 2, No. 3. November 2017, hlm. 170.

⁵⁸Ahmad Mardalis, Nur Khasanah, "Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Falah*, Vol. 1 No. 1 Februari 2016., hlm. 36.

up harga produk tidak boleh berlebihan dan tidak boleh ada yang terzalimi. Disamping itu, perusahaan MLM syariah juga harus berorientasi pada kemaslahatan ummat.

Penyesuaian agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menekankan pentingnya produk yang dipasarkan memiliki sertifikasi halal dan *thayyib*, sehingga tidak mengandung zat-zat seperti alkohol atau nikotin yang dapat membahayakan kesehatan, termasuk dalam produk seperti kosmetik. Setelah memverifikasi kepatuhan terhadap standar halal dan *thayyib*, langkah berikutnya adalah memastikan bahwa teknik-teknik penjualan yang diajarkan dalam pelatihan tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan atau potensi penipuan). Dalam konteks syariah, proses penjualan harus dilakukan dengan transparansi dan integritas penuh, sehingga tidak menimbulkan keraguan atau kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, adaptasi praktik bisnis MLM agar sesuai dengan nilai-nilai syariah tidak hanya menitikberatkan pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga pada integritas dan moralitas dalam seluruh proses pemasaran dan penjualan. Ini penting untuk membangun kepercayaan konsumen serta menjaga kesesuaian bisnis dengan prinsip-prinsip etika Islam.⁵⁹

C. Akad *Ju'alah*

1. Pengertian Akad *Ju'alah*

Secara etimologis, istilah Al-*Ju'alah* berasal dari kata yang berarti upah atau imbalan. Namun, dalam konteks terminologi Islam, akad *Ju'alah* merujuk pada suatu kesepakatan di mana seseorang menyiapkan imbalan atau hadiah untuk diberikan kepada individu lain yang telah berhasil menyelesaikan tugas atau pekerjaan tertentu sesuai dengan perjanjian yang dibuat sebelumnya. Para ulama ahli fiqih juga telah mengonfirmasi tentang konsep akad *Ju'alah*, termasuk dalam kategori janji pembayaran bonus, komisi, atau gaji tertentu sebagai bentuk penghargaan atas pencapaian atau

⁵⁹Hendri tanjung, "Tinjauan syariah multi level marketing", *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 1, No. 1, Juni 2013, hlm. 47

layanan yang telah diberikan. Dengan demikian, akad Ju'alah tidak hanya mencerminkan prinsip upah dalam arti tradisional, tetapi juga melibatkan elemen penghargaan dan insentif untuk mendorong keberhasilan dan kinerja yang baik dalam masyarakat.⁶⁰

Asal usul kata ji'alah atau ju'alah berasal dari akar kata "ja'ala - yaj'alu - ja'lan". Secara literal, kata ini mengandung makna "mengadakan" atau "menjadikan", sementara dalam konteks ju'alah, ia merujuk pada konsep upah. Dalam Ensiklopedia Ekonomi, ju'alah dijelaskan sebagai upah, hadiah, atau janji yang dibuat oleh individu atau lembaga untuk memberikan imbalan tertentu kepada seseorang yang mampu menyelesaikan suatu pekerjaan. Tujuan dari pemberian imbalan ini adalah untuk memberikan insentif kepada individu tersebut agar melakukan tindakan yang diinginkan, dengan target khusus yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau pihak yang memberikan imbalan. Dengan demikian, ju'alah bukan hanya tentang memberikan imbalan finansial, tetapi juga tentang memberikan dorongan dan motivasi kepada individu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁶¹

Menurut Sayyid Sabiq, konsep al-Ju'alah adalah perjanjian yang dilakukan atas suatu manfaat yang diperkirakan akan menghasilkan imbalan sesuai dengan yang dijanjikan atas suatu pekerjaan atau layanan yang diberikan. Dalam pengertian ini, al-Ju'alah menjadi representasi dari kesepakatan di mana individu atau lembaga berkomitmen untuk memberikan imbalan tertentu kepada orang lain atas pekerjaan atau layanan yang telah atau akan dilakukan. Hal ini menegaskan bahwa al-Ju'alah tidak hanya melibatkan aspek finansial semata, tetapi juga mencakup aspek nilai atau manfaat yang diterima sebagai hasil dari tindakan atau jasa yang telah diberikan. Dengan demikian, al-Ju'alah menjadi instrumen untuk memberikan penghargaan dan insentif kepada

⁶⁰ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam wa Adillatuhu*, jilid 5 (Jakarta: Gema Insani, Darul Fikri, 2011), 432

⁶¹ Habib Nazir, dkk., *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah*, cet 1 (Jakarta: Gema Insani, 2011), 432

individu atau kelompok untuk kinerja atau layanan yang mereka berikan..”⁶²

Menurut pandangan syariah yang diuraikan oleh al-Jazairi, sebagaimana yang disampaikan dalam karya Ismail Nawawi, konsep ju'alah merujuk pada pemberian hadiah atau imbalan dalam jumlah tertentu kepada seseorang yang melakukan suatu tindakan atau pekerjaan khusus, baik diketahui maupun tidak. Sebagai contoh, seseorang bisa membuat pernyataan, seperti "Siapa pun yang membangun tembok ini untuk saya, berhak mendapatkan sejumlah uang." Dengan demikian, individu yang membangun tembok tersebut berhak atas hadiah atau upah yang telah disediakan, tidak peduli apakah jumlahnya besar atau kecil. Istilah lain yang sering digunakan dalam konteks pengupahan adalah ijarah. Penggunaan kedua istilah ini disesuaikan dengan teks dan konteksnya dalam masyarakat yang mengikuti prinsip-prinsip syariah.⁶³

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 62/DSNMUI/XII/2007 menjelaskan ju'alah sebagai suatu janji atau perikatan untuk memberikan imbalan tertentu, yang disebut sebagai reward, 'iwadh, atau ju'l, atas pencapaian hasil yang telah ditetapkan dalam suatu tugas. Dalam konteks ini, ju'alah dilihat sebagai kesepakatan yang mengikat di mana seseorang atau lembaga berkomitmen untuk memberikan imbalan tertentu kepada individu atau kelompok yang berhasil mencapai tujuan atau hasil yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, fatwa tersebut memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep ju'alah, menegaskan bahwa imbalan tersebut diberikan sebagai apresiasi atas pencapaian yang berhasil, sekaligus sebagai insentif untuk meningkatkan kinerja dan motivasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁶⁴

Dengan demikian, Ju'alah dapat dianggap sebagai bentuk hadiah atau upah yang diberikan kepada seseorang sebagai penghargaan atas

⁶² Sayyid Sabiq, *Fiqh al Sunnah*, Muasasah al Risalah Nasyirun(Beirut, 2008), 235.

⁶³ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Galia Indonesia, 2012), 188-189.

⁶⁴ Fatwa DSN-MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007, 4.

keberhasilannya dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas khusus. Contoh-contoh yang dapat mencakup ju'alah termasuk pembayaran atas menemukan barang yang hilang, berhasil membangun sebuah struktur atau bangunan, berhasil menyembuhkan seseorang dari penyakit, atau berhasil mengajar seorang anak untuk menghafal Al-Quran. Dalam setiap kasus, ju'alah menegaskan nilai penghargaan dan apresiasi terhadap pencapaian yang berhasil, sambil memberikan insentif kepada individu untuk terus memberikan kontribusi positif dalam berbagai aspek kehidupan.⁶⁵

2. Dasar Hukum Akad *Ju'alah*

a. Al-qur'an

Penerapan konsep ju'alah dalam Al-Quran diilustrasikan melalui kisah Nabi Yusuf dan hubungannya dengan saudaranya, terutama dalam surah Yusuf ayat 72.

1) Surat Yusuf ayat 72

قَالُوا نَفَقْدُ صُورَاعِ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

*“Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja; dan siapa yang dapat mengembalikannya, akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya.”*⁶⁶ (QS. Yusuf: 72).

Inti dari surah tersebut menggambarkan bagaimana satu beban unta makanan akan diberikan sebagai hadiah kepada orang yang berhasil menunjukkan pencuri piala milik raja, yang merupakan kisah yang terdapat dalam Al-Quran. Dalam konteks ini, raja memberi setiap orang kesempatan untuk mencari piala tersebut dan berjanji untuk memberikan hadiah kepada siapa pun yang berhasil menemukannya. Pesan yang tersirat dari surah ini adalah pentingnya memberikan imbalan kepada individu yang telah menjalankan tugas dengan baik. Ini menegaskan bahwa

⁶⁵ Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 149-150

⁶⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

imbalan adalah hak yang harus diberikan sesuai dengan prestasi atau layanan yang telah diberikan oleh individu tersebut.⁶⁷

2) Surat Al-maidah ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ
مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”.⁶⁸ (Q.S. Al-maidah: 1)

Makna dari janji dalam konteks ini merujuk pada komitmen yang dibuat seseorang kepada Allah SWT untuk mengikuti ajaran-Nya, sekaligus komitmen yang dibuat kepada sesama manusia dalam berinteraksi atau bermuamalah. Ini menggambarkan suatu ikatan moral atau perjanjian yang dipegang teguh oleh individu, di mana mereka berjanji untuk mengikuti prinsip-prinsip ajaran agama dan juga untuk menjalankan kewajiban mereka dengan sesama manusia. Dengan demikian, janji tersebut tidak hanya mencakup aspek hubungan vertikal dengan Allah, tetapi juga aspek hubungan horizontal dengan sesama manusia dalam kehidupan sehari-hari. Ini menekankan pentingnya kesetiaan terhadap janji-janji yang dibuat kepada Allah dan kepada manusia.

3) Surat An-Nisa' Ayat 29

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

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil

⁶⁷ Ibnu Rusyd, *Bidayatu 'I-Mujtahid*, (terj. Abdurrahman dan A. Haris Abdullah), (Jakarta: Pusaka Amini, 2007), 230.

⁶⁸ Departemen Agama RI, *Al - Quran dan Terjemahannya*.

(tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”⁶⁹ (Q.S. An-nisa: 29).

b. Hadits

Hadits Nabi SAW tentang beberapa prinsip dalam bermuamalah diantaranya adalah:

وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا. رواه الترمذي عن عمرو بن عوف

Artinya : "*Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat yang mereka buat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.*" (HR. Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf).

Hadits riwayat Imam al-Bukhari dari Abu Sa'id al-Khudri:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَاسًا مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَتَوْا عَلَى حَيٍّ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ فَلَمْ يَفْرُوهُمْ فَبَيْنَمَا هُمْ كَذَلِكَ إِذْ لُدِعَ سَيْدٌ أَوْلِيَاكَ فَقَالُوا هَلْ مَعَكُمْ مِنْ دَوَاءٍ أَوْ رَاقٍ فَقَالُوا إِنَّا لَمْ تَفْرُونَا وَلَا نَفْعَلُ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعْلًا فَجَعَلُوا لَهُمْ قَطِيعًا مِنَ الشَّاءِ فَجَعَلَ يَقْرَأُ بِأَمِّ الْقُرْآنِ وَيَجْمَعُ بُرَاقَهُ وَيَتَنَفَّلُ فَبَرًّا فَأَتَوْا بِالشَّاءِ فَقَالُوا لَا نَأْخُذُهُ حَتَّى نَسْأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَةٌ خُذُوهَا وَاضْرِبُوا لِي بِسُهُمٍ

Artinya : "*Sekelompok sahabat Nabi s.a.w. melintasi salah satu kampung orang Arab. Penduduk kampung tersebut tidak menghidangkan makanan kepada mereka. Ketika itu, kepala kampung disengat kalajengking. Mereka lalu bertanya kepada para sahabat: 'Apakah kalian mempunyai obat, atau adakah yang dapat me-ruqyah (menjampi)?' Para sahabat menjawab: 'Kalian tidak menjamu kami; kami tidak mau mengobati kecuali kalian memberi imbalan kepada kami.' Kemudian para penduduk berjanji akan memberikan sejumlah ekor kambing. Seorang sahabat membacakan surat al-Fatihah dan mengumpulkan ludah, lalu ludah itu ia semprotkan ke kepala kampung tersebut; ia pun sembuh. Mereka kemudian menyerahkan kambing. Para sahabat berkata, 'Kita tidak boleh mengambil*

⁶⁹ Tim Penyusun, *Al - Qur'an dan Tafsirnya Jilid I* (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), 153

kambing ini sampai kita bertanya kepada Nabi s.a.w. Beliau tertawa dan bersabda, "Bagaimana kalian tahu bahwa surat al-Fatihah adalah ruqyah! Ambillah kambing tersebut dan berilah saya bagian." (HR. Bukhari).

3. Rukun dan Syarat Akad *Ju'alah*

Muamalah *Ju'alah* akan menjadi sah jika terpenuhinya rukun dan syarat sebagai berikut:

a. Rukun *Ju'alah*⁷⁰

- 1) Ja'il merupakan entitas yang bertanggung jawab atas pembayaran imbalan kepada pihak lain.
- 2) Maj'ul lah merujuk pada individu atau kelompok yang melakukan tugas atau pekerjaan yang telah ditetapkan.
- 3) Tugas yang dilaksanakan oleh Maj'ul lah mengacu pada pekerjaan atau aktivitas yang harus diselesaikan sesuai dengan kesepakatan.
- 4) Imbalan atau hadiah, yang juga dikenal sebagai reward, iwadh, atau ju'l, adalah penghargaan atau kompensasi yang diberikan kepada Maj'ul lah sebagai hasil dari penyelesaian tugas atau pekerjaan.
- 5) Shighat, atau sering kali disebut ucapan, merujuk pada perjanjian atau kontrak yang menetapkan pekerjaan yang akan dilakukan oleh Maj'ul lah dan imbalan yang akan diberikan oleh Ja'il. Pentingnya shighat yang jelas dan mudah dimengerti adalah untuk memastikan kesepakatan yang transparan dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, serta menegaskan janji untuk memberikan imbalan sesuai dengan pekerjaan yang telah ditetapkan.

b. Syarat *Ju'alah*⁷¹

- 1) Individu yang memiliki kapasitas untuk melakukan transaksi, yang disebut sebagai Ahliyyah Al-tasarruf, diwajibkan memiliki kualifikasi tertentu dalam berurusan atau bertransaksi. Hal ini termasuk memiliki kapasitas intelektual (berakal), telah mencapai usia baligh, dan dalam keadaan yang memungkinkan untuk

⁷⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2013), 315.

⁷¹ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka: 2010), 374.

membuat keputusan sendiri tanpa perwalian. Sebaliknya, individu yang belum mencapai usia dewasa, orang yang tidak memiliki kapasitas mental yang sehat, dan orang yang terbukti melakukan pelanggaran hukum (fasik) tidak dianggap sah untuk melakukan transaksi akad ju'alah.

- 2) Al-ju'l, yang dikenal sebagai upah atau imbalan, adalah bagian integral dari konsep ju'alah. Dalam praktik ju'alah, upah yang diberikan harus memenuhi beberapa persyaratan yang telah ditetapkan. Upah ini haruslah sejumlah yang telah disepakati dan sesuai dengan nilai pekerjaan atau layanan yang telah dilakukan. Selain itu, upah tersebut harus diberikan kepada pihak yang telah menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam kontrak ju'alah. Dengan demikian, pemenuhan persyaratan ini menegaskan keabsahan dan keadilan dalam pembayaran upah dalam konteks ju'alah.

Pertama, imbalan yang akan diberikan harus memiliki nilai yang jelas dan bersifat materi. Imbalan yang diberikan harus berupa barang atau harta yang memiliki nilai yang dapat diukur, dan jumlahnya harus jelas dan telah disepakati sebelumnya. Jika imbalan tersebut terdiri dari barang-barang yang dianggap haram menurut syariat, seperti minuman keras, maka kesepakatan ju'alah tersebut dianggap tidak sah.

Kedua, proses pembayaran imbalan haruslah transparan dan diketahui oleh pihak yang akan menerima imbalan. Pihak yang terlibat dalam transaksi ju'alah harus memiliki pemahaman yang jelas tentang imbalan yang akan diberikan sebagai kompensasi atas tugas atau pekerjaan yang telah dilakukan. Sebagai contoh, jika seseorang membuat janji untuk memberikan pahala atau ridha kepada mereka yang mengembalikan barang yang hilang, maka akad tersebut tidak dianggap sah jika pihak yang terlibat tidak mengetahui secara jelas tentang janji tersebut.

Ketiga, pembayaran imbalan tidak boleh dilakukan di muka, atau sebelum pelaksanaan tugas atau pekerjaan yang telah disepakati. Ini berarti bahwa imbalan atau upah harus diberikan setelah tugas atau pekerjaan telah selesai sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Dengan demikian, pembayaran upah hanya boleh dilakukan setelah terpenuhinya kewajiban atau tugas yang telah ditetapkan dalam kontrak ju'alah.

- 3) Pekerjaan yang mubah. Dalam konteks Ju'alah haruslah pekerjaan yang sah dan tidak melanggar aturan agama. Pekerjaan yang terlibat dalam kesepakatan Ju'alah haruslah sesuai dengan ketentuan syariat Islam, yang berarti bahwa pekerjaan tersebut haruslah halal dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Contoh pekerjaan yang tidak diperbolehkan dalam konteks Ju'alah termasuk aktivitas yang dianggap haram dalam agama, seperti berjudi, melakukan perbuatan zina, berpraktik sebagai dukun, atau melakukan penindasan terhadap sesama Muslim. Dengan demikian, penting bagi pihak yang terlibat dalam kontrak Ju'alah untuk memastikan bahwa pekerjaan yang mereka lakukan adalah sesuai dengan nilai-nilai agama Islam dan tidak melanggar prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh syariah.

Dalam fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 mengenai Akad Ju'alah, disebutkan bahwa perjanjian Ju'alah diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan layanan jasa, namun dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan.⁷²

- 1) Pihak yang bertanggung jawab atas pembayaran imbalan harus memiliki pemahaman yang baik akan hukum dan wewenang yang memadai untuk menjalankan perjanjian tersebut.
- 2) Objek dari perjanjian Ju'alah haruslah suatu pekerjaan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip agama Islam, serta tidak menimbulkan dampak yang dilarang oleh syariah.

⁷² Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah.

- 3) Hasil dari pekerjaan yang dimaksud haruslah jelas dan diketahui oleh semua pihak yang terlibat sejak awal pembicaraan mengenai perjanjian tersebut.
- 4) Besaran imbalan dalam perjanjian *Ju'alah* harus ditetapkan oleh pihak yang bertanggung jawab atas pembayaran, dan semua pihak yang terlibat harus mengetahuinya sejak awal pembicaraan mengenai perjanjian tersebut.
- 5) Tidak diperbolehkan untuk menetapkan syarat bahwa imbalan harus diberikan sebelum objek perjanjian *Ju'alah* dilaksanakan.

4. Pembatalan Akad *Ju'alah*

Para ulama sepakat bahwa akad *Ju'alah* dapat dibatalkan, namun terdapat perbedaan pendapat mengenai kondisi dan konsekuensi pembatalan tersebut. Mazhab Maliki menyatakan bahwa kontrak *Ju'alah* dapat dibatalkan sebelum pelaksanaan tindakan yang dijanjikan, mirip dengan pembatalan kontrak muamalah lainnya, berbeda dengan pendapat Mazhab Syafi'i dan Hambali. Dalam pandangan Mazhab Maliki, jika pembatalan terjadi sebelum pekerjaan dimulai atau setelah pekerjaan selesai, maka tidak ada pihak yang berhak atas imbalan atau kompensasi. Ini disebabkan oleh dua masalah utama: pertama, karena pekerjaan belum dimulai, dan kedua, karena hasil yang diharapkan tidak tercapai. Namun, pendapat Mazhab Syafi'i berbeda, menyatakan bahwa pihak yang membatalkan kontrak *Ju'alah* masih harus membayar imbalan kepada pihak yang melakukan pekerjaan, meskipun janji pembayaran imbalan tersebut dilakukan setelah pekerjaan dimulai. Dengan demikian, terdapat perbedaan interpretasi di antara mazhab-mazhab tersebut dalam menangani kasus pembatalan kontrak *Ju'alah*.⁷³

5. Perbedaan *Ju'alah* dengan *Ijarah*

Menurut Ibnu Qudamah, seorang ulama yang mewakili Madzab Hambali, konsep *ju'alah* sebagai bentuk upah atau hadiah dapat dibedakan

⁷³ Wahbah Az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, juz 5, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2007), 437- 438.

dari konsep *ijarah* (transaksi upah) berdasarkan empat kriteria yang berbeda., yaitu:⁷⁴

- a. Dalam konteks *ju'alah*, upah atau hadiah yang dijanjikan hanya diterima oleh individu yang menyatakan kesanggupannya untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas yang menjadi objek dari kontrak tersebut, setelah pekerjaan tersebut benar-benar selesai dilaksanakan. Di sisi lain, dalam transaksi *ijarah*, individu yang melaksanakan pekerjaan berhak untuk menerima upah sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan, meskipun pekerjaan tersebut belum selesai dilakukan. Upah dapat ditentukan sebelumnya, baik dalam bentuk pembayaran harian, mingguan, atau bahkan bulanan, sesuai dengan praktik yang berlaku dalam masyarakat. Dengan demikian, perbedaan utama antara *ju'alah* dan *ijarah* terletak pada waktu penerimaan upah: pada *ju'alah*, upah hanya diterima setelah pekerjaan selesai, sedangkan pada *ijarah*, upah bisa diterima sebelum pekerjaan selesai dan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.
- b. Dalam konteks *ju'alah*, terdapat unsur gharar atau ketidakpastian yang mendasarinya, yang mencakup potensi penipuan atau spekulasi serta unsur untung-untungan. Hal ini terjadi karena dalam kontrak *ju'alah*, terdapat ketidakpastian mengenai batas waktu penyelesaian pekerjaan ataupun cara dan bentuk pelaksanaannya. Sebaliknya, dalam transaksi *ijarah*, segala hal terkait dengan batas waktu penyelesaian, bentuk pekerjaan, dan cara kerjanya diatur dengan jelas dalam akad atau perjanjian yang sesuai dengan objek pekerjaan itu. Dengan kata lain, dalam *ijarah*, segala aspek terkait dengan pelaksanaan pekerjaan telah diatur secara rinci, sehingga tidak ada ketidakpastian yang mendasari transaksi tersebut. Dalam konteks *ju'alah*, yang diutamakan adalah keberhasilan pekerjaan itu sendiri, bukan sekadar batas waktu atau metode pelaksanaannya.

⁷⁴ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2010), 372.

- c. Dalam konteks *ju'alah*, tidak diperbolehkan memberikan upah atau hadiah kepada pelaksana pekerjaan sebelum pekerjaan tersebut dilaksanakan dan selesai. Hal ini berarti bahwa pembayaran hanya dapat dilakukan setelah pekerjaan benar-benar selesai dan objek dari kontrak tersebut tercapai. Di sisi lain, dalam transaksi *ijarah*, memang diperbolehkan untuk memberikan upah kepada pelaksana pekerjaan sebelum pekerjaan selesai, baik secara keseluruhan maupun sebagian, sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama. Dengan demikian, dalam *ijarah*, pembayaran upah dapat dilakukan secara lebih fleksibel, bahkan sebelum pekerjaan selesai, sedangkan dalam *ju'alah*, pembayaran hanya dilakukan setelah pekerjaan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- d. Dalam *ju'alah*, tindakan hukum yang dilakukan bersifat sukarela, yang berarti bahwa apa pun yang telah dijanjikan dapat dibatalkan secara sah, selama pekerjaan yang menjadi objek kontrak belum dimulai. Pembatalan semacam itu tidak akan menimbulkan akibat hukum yang berarti bagi pihak yang terlibat. Sebaliknya, dalam transaksi *ijarah*, terjadi perjanjian yang mengikat semua pihak yang terlibat dalam kontrak kerja. Jika perjanjian tersebut dibatalkan, maka tindakan tersebut akan memiliki konsekuensi hukum bagi para pihak yang terlibat. Sanksi atas pembatalan tersebut biasanya disebutkan dalam perjanjian akad sejak awal, sehingga pihak-pihak yang terlibat akan mengetahui konsekuensinya sebelum melakukan pembatalan. Dengan demikian, perbedaan antara *ju'alah* dan *ijarah* terletak pada karakter sukarela tindakan hukum dalam *ju'alah* dan sifat mengikatnya transaksi dalam *ijarah*.

6. Hikmah Akad *Ju'alah*

Ju'alah merujuk pada pemberian penghargaan kepada seseorang dalam bentuk materi sebagai bentuk apresiasi atas jasa atau bantuan yang telah diberikan. Apresiasi ini diberikan karena orang tersebut telah berkontribusi dalam membantu mengembalikan sesuatu yang bernilai, baik

dalam bentuk materi seperti barang yang hilang, atau dalam bentuk non-materi seperti pemulihan kesehatan atau bantuan dalam menghafal Al-Qur'an. Dengan demikian, *ju'alah* bukan hanya terkait dengan upah atas pekerjaan tertentu, tetapi juga sebagai wujud penghargaan atas jasa atau kontribusi yang berharga dari seseorang dalam membantu atau memberikan manfaat kepada orang lain. Hikmah yang dapat dipetik dari akad *ju'alah* diantaranya adalah:

- a. Meningkatkan hubungan kekeluargaan dan persahabatan.
- b. Memupuk rasa saling menghargai yang pada akhirnya menghasilkan suatu komunitas yang saling memberi dukungan dan bekerja sama.
- c. Mendorong semangat untuk berkontribusi di kalangan para pekerja.⁷⁵

Dalam konteks *ju'alah* sebagai bentuk pekerjaan yang baik, ajaran Islam mengajarkan bahwa Allah menjanjikan balasan atas perbuatan baik tersebut, baik dalam kehidupan dunia maupun di akhirat. Seseorang akan mendapatkan pahala atas pekerjaan baik yang mereka lakukan, dan Allah menawarkan surga sebagai balasan bagi mereka yang taat pada-Nya dan melaksanakan perintah-perintah-Nya. Dengan demikian, konsep *ju'alah* dalam Islam tidak hanya terkait dengan imbalan materi dari pekerjaan yang dilakukan, tetapi juga dengan balasan spiritual dan keberkahan yang dijanjikan oleh Allah bagi mereka yang berbuat baik dan patuh pada-Nya.

⁷⁵ Abu Azam al-Hadi, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Depok: Rajawali Press, 2017), 205.

BAB III

GAMBARAN UMUM PT TIENS

A. Gambaran Umum Perusahaan TIENS

Tiens Group adalah perusahaan yang menitikberatkan pada sektor kesehatan dengan menggunakan sistem distribusi konvensional melalui berbagai kanal seperti apotek, agen, dan saluran lainnya. Didirikan oleh Mr. Li Jinyuan pada tahun 1992 di China, perusahaan ini memiliki kantor pusat yang berlokasi di Hederson Center, Beijing. Salah satu aset utama Tiens Group adalah pabrik industri modern yang terletak di Tianjin, China. Pabrik ini memiliki luas bangunan mencapai 12.000 m² dan dikelilingi oleh lahan seluas 68.000 m², menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengadopsi teknologi mutakhir dalam produksi mereka. Dengan demikian, Tiens Group tidak hanya memfokuskan pada pengembangan produk kesehatan, tetapi juga pada infrastruktur produksi yang canggih untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan operasional mereka secara global.⁷⁶

Pada tahun 1995, Tiens Group memperoleh hak paten untuk teknologi ekstraksi suplemen bioteknologi dan mendirikan Tiens Health Product Inc. Perubahan strategi distribusi dan pemasaran terjadi ketika perusahaan mengadopsi sistem multi level marketing (network marketing). Langkah ini membuka jalan bagi Tiens Group untuk memasuki pasar internasional pada tahun 1997, dengan membuka cabang di berbagai belahan dunia termasuk Amerika, Rusia, Kanada, Eropa, dan Asia Pasifik. Sejak itu, Tiens Group telah tumbuh menjadi sebuah grup multinasional yang mengkhususkan diri dalam berbagai sektor seperti bioteknologi, pendidikan, ritel, pariwisata, keuangan, perdagangan internasional, e-commerce, dan bidang lainnya. Dengan menggabungkan modal industri, komersial, dan keuangan, Tiens Group telah mendirikan anak perusahaan di lebih dari 110 negara dan wilayah. Perluasan bisnisnya meliputi bidang kesehatan, makanan kesehatan, perawatan kesehatan,

⁷⁶Farid Akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus", *Majalah Tiens Syariah*, Edisi 12, Tahun 2018, hlm. 4

perawatan kecantikan, dan produk perawatan rumah tangga, yang telah menjangkau lebih dari 20 juta konsumen di seluruh dunia.

Pada tahun 2015, Tiens Group merayakan 20 tahun sejak didirikannya, menandai perjalanan dari awalnya sebagai perusahaan kecil yang dikelola secara pribadi hingga tumbuh menjadi sebuah entitas berskala internasional yang menginspirasi. Selama 19 tahun terakhir, Tiens telah mengalami evolusi dan transformasi yang luar biasa, menjadikannya salah satu dari sepuluh perusahaan terbesar di dunia dalam industri penjualan langsung. Transformasi ini tidak hanya mencakup ekspansi global dan diversifikasi produk, tetapi juga mencerminkan komitmen Tiens untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan dalam industri kesehatan dan penjualan langsung secara global. Dengan pencapaian ini, Tiens tidak hanya mencerminkan kesuksesan bisnis yang luar biasa, tetapi juga dampak positif yang dihasilkan dalam membentuk ekonomi global yang dinamis dan berkelanjutan.⁷⁷

Tiens Group, yang didirikan pada tahun 1995 dengan menerapkan sistem "Network Marketing", dikenal karena memiliki sistem manajemen yang unik yang telah memungkinkannya untuk mengembangkan pasar global secara cepat dan menjadi salah satu perusahaan manufaktur internasional terkemuka. Melalui lembaga penelitian Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Tiens berkomitmen untuk memajukan perkembangan ilmu kehidupan dan memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas bagi masyarakat. Hal ini menjadikan Tiens Group memiliki keunggulan di bidang riset teknologi tinggi dalam biologi, pendidikan, budaya, logistik modern, dan keuangan. Dengan fokus pada inovasi dan pelayanan yang baik, Tiens terus menetapkan standar dalam industri dengan mengintegrasikan teknologi canggih untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.⁷⁸

Pada bulan Desember 2002, Tiens Group dianugerahi penghargaan "Berbasis multi level marketing tingkat nasional" dan "Riset Berbasis Makanan Suplemen Tingkat Nasional" oleh Badan Riset Republik Rakyat China.

⁷⁷ Profil Perusahaan Tiens Group 2-5.

⁷⁸ *Ibid*, 10

Penghargaan ini mencerminkan pengakuan terhadap kontribusi Tiens dalam pengembangan sistem pemasaran multi level marketing serta riset dalam produk makanan suplemen di tingkat nasional. Pada saat yang bersamaan, saham Tiens berhasil dipasarkan di pasar saham Amerika Serikat, khususnya di American Stock Exchange (AMEX). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Tiens tidak hanya dikenal secara domestik di China tetapi juga diakui secara internasional, memperkuat posisi perusahaan dalam industri global.

Tiens Group menerapkan sistem manajemen berstandar internasional dan mengikuti hukum serta peraturan dari berbagai negara untuk memastikan mutu dan keamanan produk pangan. Perusahaan ini telah berhasil memperoleh sertifikasi HACCP sebagai bukti komitmennya terhadap keamanan pangan. Selain itu, Tiens Group juga telah mendapatkan sertifikasi GMP untuk produk obat dan perawatan kesehatan lainnya, menunjukkan kualitas produk yang dihasilkan telah memenuhi standar internasional.

Dalam melayani konsumen dari berbagai latar belakang keyakinan agama, Tiens Group juga aktif dalam memperoleh sertifikasi Halal untuk produk yang ditujukan bagi konsumen Muslim, serta sertifikasi Kosher untuk produk yang ditujukan bagi konsumen Yahudi. Hal ini menunjukkan komitmen Tiens Group untuk memastikan produknya dapat dikonsumsi oleh berbagai kelompok agama dengan kepercayaan yang berbeda.

Di Indonesia, Tiens Group diwakili oleh PT Tiens Syariah yang terdaftar sebagai anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). APLI berperan sebagai lembaga pengawas dan badan legalisasi bagi perusahaan-perusahaan MLM yang beroperasi atau akan beroperasi di Indonesia. APLI menerbitkan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL), yang merupakan syarat penting bagi perusahaan MLM untuk menjalankan kegiatan bisnis secara legal di Indonesia. Dengan demikian, Tiens Group tidak hanya memprioritaskan kualitas produknya tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan standar yang berlaku di berbagai pasar internasional dan domestik.

Perusahaan Tiens sendiri sudah terdaftar di APLI dengan nomor keanggotaan 0057/07/01 dengan nama PT. Singa Langit Jaya.⁷⁹

Tiens Group memasuki pasar Indonesia pada akhir tahun 2000 dan menjadi negara ke-112 dari total 190 negara dan wilayah di seluruh dunia di mana perusahaan ini beroperasi. Tiens Indonesia merupakan bagian dari Tiens Group yang berfokus pada penjualan langsung, khususnya memasarkan produk-produk suplemen herbal dan alat kesehatan. Produk-produk ini mengambil inspirasi dari warisan pengobatan tradisional Tiongkok yang telah ada selama 5000 tahun. Tiens Group mengintegrasikan resep-resep tradisional ini dengan teknologi modern dan terkini untuk menciptakan produk-produk yang tidak hanya mengandung nilai-nilai tradisional yang kuat tetapi juga memanfaatkan inovasi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian, Tiens Group di Indonesia tidak hanya menghadirkan produk kesehatan yang berkelas tapi juga mempertahankan kearifan lokal dalam pengembangannya.⁸⁰

Pada tahun 2000 Mr. Li Jinyuan diterima oleh bapak Hamzah Haz selaku wakil Presiden RI ke-4 dan dinyatakan Halal oleh MUI.⁸¹ Tiens grup sudah tersebar di beberapa kota di Indonesia, diantaranya yaitu Aceh, Sumatera, Riau, Batam, Jambi, Bengkulu, Lampung, Yogyakarta, Semarang, DKI Jakarta, Bogor, dan kota-kota lainnya.

Tiens hadir di Indonesia pada tahun 2000 dan produk-produknya telah memikat hati para konsumen keluarga Indonesia. Hingga saat ini telah ada lebih dari 4 juta distributor dan konsumen keluarga Indonesia yang telah merasakan manfaat kesehatan dari produk Tiens dan juga peluang usaha yang mensejahterakan keluarga Indonesia.⁸²

Pada tanggal 14 januari tahun 2013 Tiens Indonesia membuat suatu gebrakan baru yang sangat menggembirakan masyarakat indonesia pada

⁷⁹Info APLI diakses pada 25 November 2021 dari <http://apli.or.id>

⁸⁰Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm. 5

⁸¹ Wawancara dengan Seno Arie yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 sekaligus pemilik stokis di Semarang, pada 15 Juni 2021, pukul 10.00 WIB.

⁸²Tiens Syariah, *Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)*, hlm. 6

umumnya dan umat muslim pada khususnya, yaitu Tiens Indonesia mendapatkan sertifikat syariah dari Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat syariah tersebut diperoleh setelah dilakukan pengecekan produk.

Pemberian sertifikat syariah tersebut dilakukan pada saat Tiens Indonesia mengadakan konferensi khusus yang dihadiri langsung oleh pendiri Tiens Group yaitu Mr. Li Jinyuan. Sertifikat syariah tersebut diberikan oleh Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin yang saat itu menjabat sebagai ketua DSN-MUI dan diterima langsung oleh Mr. Li Jinyuan.⁸³

Pada saat pemberian sertifikat syariah tersebut, Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin menjelaskan bahwa sebuah produk dikategorikan sebagai halal karena tidak mengandung zat najis dan haram menurut hukum syariah Islam, serta sistem penjualannya juga mengikuti prinsip syariah dengan memenuhi 12 syarat yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Mr. Li Jinyuan juga menegaskan bahwa semua produk TIENS dijamin halal karena bahan baku yang digunakan semuanya berasal dari tumbuhan, bukan hewan, dan TIENS berkomitmen untuk terus mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh MUI.⁸⁴

1. Visi dan Misi PT Tiens Group

- a. Visi : Menjadi pemimpin dunia dalam penjualan secara langsung untuk pasar massal.
- b. Misi : Menyediakan produk berkualitas serta menyediakan peluang pendidikan dan sosial bagi para konsumen global di dunia untuk meningkatkan taraf hidup mereka serta menciptakan masyarakat yang lebih sehat.

⁸³ Wawancara dengan Seno Arie yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 sekaligus pemilik stokis di Semarang, pada 15 Juni 2021, pukul 12.09 WIB.

⁸⁴ Konferensi Perss Penyerahan sertifikat syariah oleh DSN-MUI kepada Tiens Indonesia (PT.Singa Langit Jaya) di Auditorium Gedung Majelis Ulama Indonesia, Jakarta 14 Januari 2013 <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2141457/mlm-asal-china-dapat-sertifikat-halal--syariah-dari-mui> diakses pada 30 Juni 2021, pukul 17.30 WIB.

Kesuksesan dari Tiens Group tidak terlepas dari tiga konotasi dan enam elemen yang diterapkan oleh perusahaan:⁸⁵

Berikut adalah tiga implikasi dari keberhasilan Tiens Group:

- a. Menggerakkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan keselarasan sosial
- c. Memperbaiki kemampuan individu

Sementara itu, enam faktor yang mendorong keberhasilan TIENS Group adalah sebagai berikut:

- a. Tetap jujur terhadap konsumen, mitra distribusi, rekan bisnis, dan pemerintah.
 - b. Fokus pada kepentingan masyarakat, distributor, dan manajemen internasional.
 - c. Mematuhi perjanjian, peraturan, dan hukum yang berlaku untuk mencapai perkembangan di masa depan.
 - d. Berinovasi secara berkelanjutan, melindungi kepentingan distributor melalui sistem inovasi, dan memastikan kesehatan konsumen dengan teknologi dan ilmu pengetahuan yang terkini
 - e. Menghormati reputasi merek perusahaan
 - f. Bertanggung jawab sosial sebagai warga negara, dengan berkontribusi daripada hanya meminta.
2. Arti Logo Tiens

Nama "Tiens" berasal dari ejaan bahasa Cina "Tianshi", yang memiliki arti "kesehatan dan kesejahteraan". Ini mencerminkan tema yang menjadi landasan untuk ekspansi global Tiens di masa depan, menandai perubahan Tiens Group menuju orientasi global yang kuat pada awal abad baru ini. Desain logo Tiens menampilkan busur dinamis yang mencerminkan tema teknologi tinggi, memberikan makna tentang potensi tak terbatas, serta simbol energi yang terus berkembang dan perkembangan yang tidak pernah berhenti dari merek Tiens. Langkah maju Tiens Indonesia dalam mendapatkan sertifikasi halal dari MUI juga

⁸⁵Profil Perusahaan..., hlm. 7

menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi standar syariah, memperluas jangkauan dan kepercayaan di pasar lokal. Berikut adalah logo Tiens Indonesia:



Gambar 3. 1 Gambar 3.1 Logo Tiens

Sumber: *Tiens Indonesia*

Logo Tiens adalah sebuah representasi dari identitas merek utama dari Tiens Group. Desainnya menggunakan pola tiga daun yang menyerupai pembukaan peta dunia, simbolisasi dari strategi perluasan global Tiens yang disebut "Internasionalisasi". Setiap elemen dalam logo ini memiliki makna mendalam: daun mewakili alam dan kesehatan, warna hijau menggambarkan keaslian alam bumi. Tiga manusia yang saling berhubungan dalam logo ini mencerminkan strategi pengembangan masa depan Tiens yang berpusat pada hubungan antarmanusia, serta filosofi bisnis perusahaan yang berfokus pada kemanusiaan dan keberlanjutan. Logo ini bukan hanya sebuah identitas visual, tetapi juga sebuah simbol dari nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh Tiens Group dalam setiap aspek operasionalnya.⁸⁶

3. Produk Yang Dipasarkan

TIENS Group meneruskan dan mengembangkan warisan budaya oriental dengan menggabungkannya dengan gaya hidup tradisional Cina yang dikenal sebagai "membersihkan, mengisi kembali, menguatkan, dan menyeimbangkan". Perusahaan ini juga mengintegrasikan teknologi modern ke dalam sistem perawatan kesehatan tinggi mereka yang mencakup berbagai produk seperti makanan sehat, suplemen kesehatan,

⁸⁶ Profil Perusahaan..., hlm. 11

produk kecantikan, dan produk rumah tangga. Semua produk ini dikenal karena kualitasnya yang unggul, menyediakan esensi alam dan teknologi tinggi kepada konsumen global sesuai dengan tren dan kebutuhan global saat ini. Pendekatan ini memastikan bahwa produk-produk TIENS tidak hanya disukai tetapi juga diandalkan oleh konsumen di seluruh dunia.⁸⁷

TIENS Group telah berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan yang berkualitas kepada konsumen di seluruh dunia, tanpa memandang usia atau latar belakang kehidupan mereka. Perusahaan ini menggabungkan esensi alami dengan teknologi modern dalam rangka memenuhi kebutuhan yang beragam dari para konsumennya. Pendekatan ini tidak hanya mencakup produk-produk kesehatan dan kecantikan, tetapi juga produk rumah tangga yang dirancang untuk memberikan manfaat maksimal bagi kesehatan dan kesejahteraan konsumen. Dengan fokus pada inovasi dan penelitian yang berkelanjutan, TIENS Group terus berusaha untuk memperluas jangkauan produknya dan meningkatkan pengalaman konsumen di pasar global.

Sebagai pionir dalam industri makanan kesehatan di China, TIENS Group telah memperoleh sejumlah sertifikasi internasional yang menegaskan komitmennya terhadap kualitas produk dan layanan. Perusahaan ini telah lulus sertifikasi HACCP untuk memastikan keamanan pangan, serta ISO 9001 untuk sistem manajemen mutu dan ISO 22000 untuk sistem keamanan pangan. Selain itu, TIENS Group juga memiliki sertifikasi GMP untuk obat dan produk perawatan kesehatan, ISO 17025 untuk manajemen laboratorium internasional, dan sertifikasi lainnya yang mencakup standar kualitas mutu ISO 14001. Pentingnya TIENS Group dalam melayani konsumen dengan berbagai keyakinan agama tercermin dari sertifikasi halal yang diberikan oleh MUI serta persetujuan dari BPOM untuk produk internasionalnya. Semua ini menunjukkan komitmen TIENS Group dalam memastikan bahwa produknya memenuhi standar tertinggi dalam hal keamanan, mutu, dan kehalalan, tidak hanya di pasar

⁸⁷ Profil Perusahaan,..., hlm. 20

domestik tetapi juga di pasar internasional seperti yang disyaratkan oleh FDA.⁸⁸

Macam-macam produk Tiens dapat dilihat sebagai berikut⁸⁹:

- a. Suplemen Kesehatan - Sari pembersih
 - 1) Jiang Zhi Tea
 - 2) Renuves
 - 3) Vitaline
 - 4) Chitin Chitosan
 - 5) Double Cellulose
 - 6) Grape Extract
 - 7) Nonitrend
- b. Suplemen Kesehatan - Sari Penyeimbang
 - 1) Spirulina
 - 2) Muncord
 - 3) Glucosamin
- c. Suplemen kesehatan - Sari Penguat
 - 1) Nutrient calcium powder
 - 2) Shutang calcium powder
 - 3) Calcium powder children
 - 4) Zinc
 - 5) Calcium chewable
 - 6) Diacont
- d. Alat Kesehatan
 - 1) Tiens health mattress
 - 2) Tiens acu-life electro acupuncture
 - 3) Tiens life-electro acupuncture
 - 4) Fruit and vegetable cleaner
 - 5) Tiens aura energy stone
 - 6) Multifunctional head care apparatus

⁸⁸Profil Perusahaan...,hlm. 18-19

⁸⁹Daftar produk Tiens <https://tiens.co.id/catalogue> diakses pada hari sabtu 19 Juni 2021 pada pukul 13.00 WIB.

- 7) Tiens acupoints treasure multifunction apparatus
- 8) Ti bracelet crystal black
- e. Perawatan Rumah Tangga
 - 1) Dicho multifunctional cleanser
 - 2) Dicho fruit and vegetable/ dish detergent
- f. Perawatan Pribadi
 - 1) Revitalize ginger strengthening shampoo
 - 2) Spakare mint body wash
 - 3) Herbal toothpaste
 - 4) Airiz panty liner
 - 5) Airiz sanitary napkin
- g. Fashion
 - 1) TIENS Ti-Energy Bracelet Crystal Black
 - 2) TIENS Ti-Energy Bracelet Elegant
 - 3) TIENS Ti-Energy Bracelet Magic White
 - 4) TIENS Ti-Energy Bracelet Glaring
 - 5) Black Leather Moire Bag
 - 6) Elegance Ladies Quartz Wristwatch
 - 7) Richy One Steel Round Buckle
- h. Skin Care
 - 1) Celles Tiane Marine & Hydra Series
 - 2) Dewy Pink Botanical Clay Mask
 - 3) Celles Tiane M&Y Hydra Facial Essence
 - 4) Celles Tiane M&Y Hydra Petal Lotion
 - 5) Celles Tiane M&Y Hydra Defending
 - 6) Celles Tiane M&Y Hydra Cleanser
- i. Produk Pertanian
 - 1) Feng shou pupuk
- j. Produk Otomotif
 - 1) High performance motorcycle oil

B. Praktik Pelaksanaan Sistem Pemberian Bonus MLM TIENS

1. Marketing Plan TIENS

Rancangan pemasaran TIENS dibuat oleh Michale L. Sheffield, seorang pakar dalam merancang sistem pemasaran jaringan dari Amerika Serikat, yang saat ini menjabat sebagai Ketua Asosiasi Pemasaran Langsung Internasional (APLI).⁹⁰ marketing plan TIENS terkenal dengan sistem “Hybrid” yaitu dengan menggabungkan keistimewaan sistem “Binary” dan “Matahari (*BreakWays*)”.

Ada beberapa istilah yang harus diketahui oleh semua distributor dalam marketing plan TIENS, yaitu sebagai berikut:

- PPV (*Personal Point Value*): pembelanjaan pribadi mitra bisnis pada bulan tersebut (omset penjualan).
- CPV (*Comulative Point Value*): akumulasi PPV mitra bisnis semenjak awal bergabung.
- TNPV (*Total Network Point Value*): omset total (penjualan + perkembangan) mitra bisnis pada bulan tersebut.
- ATNPV (*Akumulasi Total Network Point Value*): akumulasi TNPV dari awal bergabung. Akan mempengaruhi tingkat bintang.
- GPV (*Group point Value*) : PPV + TNPV grup diluar yang berperingkat sama atau lebih tinggi.
- BV : Adalah nilai mata uang setiap produk.

Beberapa ketentuan dalam *marketing plan* TIENS:⁹¹

- a. Sistem pendukung bagi distributor pemula di Tiens menghilangkan keharusan untuk mencapai target pembelian bulanan, yang sering kali merupakan beban bagi mereka yang baru bergabung dalam jaringan.
- b. Keanggotaan Tiens memiliki cakupan internasional, memungkinkan distributor untuk memperluas jaringan mereka secara global tanpa terbatas oleh batas-batas geografis.

⁹⁰Komarudin, *Tianshi Dalam Perspektif Fatwa DSN*, (Yogyakarta: Nuansa Pilar Media, 2011), hlm. 37

⁹¹Marketing Plan Tiens Syariah 2016.

- c. Peringkat dalam sistem Tiens ditentukan berdasarkan akumulasi omset grup sejak awal bergabung, tanpa mempertimbangkan omset bulanan, sehingga tidak ada batasan waktu yang harus dicapai.
- d. Dalam Tiens, tidak ada risiko turun peringkat bagi distributor meskipun omset bulanan mereka menurun, karena peringkat hanya dipengaruhi oleh total akumulasi omset dari waktu ke waktu.
- e. Pendaftaran di Tiens berlaku seumur hidup dan dapat diwariskan kepada anggota keluarga, setelah membayar biaya pendaftaran satu kali mulai dari peringkat bintang 1 dan seterusnya. Ini berlaku secara internasional, menghilangkan kebutuhan untuk melakukan registrasi setiap tahun.

2. Cara Kerja *Multi Level Marketing* pada Bisnis TIENS

Kegiatan yang dilakukan di dalam TIENS serupa dengan perusahaan MLM lainnya, di mana mereka menjual produk kepada masyarakat melalui distributor dan melakukan perekrutan distributor baru dengan sistem jaringan (*network marketing*). Pendapatan dari penjualan produk dibagi kepada distributor sesuai dengan kebijakan *marketing plan* yang telah ditetapkan.⁹²

Dalam konteks *Multi Level Marketing* (MLM), kantor pusat berperan sebagai pusat administrasi dan pengaturan sistem bagi para distributor. Distribusi produk dilakukan secara langsung oleh distributor atau penjual yang merupakan pemilik bisnis mandiri, dikenal sebagai *Independent Business Owner* (IBO). IBO mengelola bisnisnya sendiri, termasuk penjualan produk dan pengembangan jaringan distributor. Kantor pusat bertanggung jawab mengatur operasional perusahaan secara keseluruhan, termasuk pembuatan kebijakan, pendukung pelatihan, dan dukungan administratif bagi para IBO. Dengan demikian, hubungan antara kantor pusat dan distributor didasarkan pada kerjasama independen di

⁹²Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

mana kantor pusat menyediakan alat dan dukungan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara efektif.

3. Perekrutan Member

Selain melakukan penjualan produk, yang dilakukan oleh distributor di dalam bisnis MLM TIENS adalah melakukan perekrutan member. Perekrutan member menawarkan dua pilihan, *pertama* hanya menjadi member dan tidak menjalankan bisnisnya, dengan syarat awal membayar administrasi sebesar Rp. 99.000 dan pilihan yang *kedua* menjadi distributor dan menjalankan bisnisnya, dengan syarat awal membayar administrasi sebesar Rp. 99.000 dan membeli paket membership 1 produk Tiens apa saja. Dengan membership awal tersebut, member berhak mendapat potongan harga setiap pembelian produk TIENS.⁹³

Adapun proses pendaftaran untuk menjadi mitra TIENS, dapat mengunjungi kantor cabang dan juga stokis terdekat atau dapat melalui mitra bisnis atau distributor TIENS. Ada empat paket membership yang ditawarkan sebagai langkah awal mengikuti bisnis MLM TIENS seperti yang terlampir sebagai berikut:

Tabel 3.1

Marketing Plan PT TIENS

Tabel 3. 1 Marketing Plan PT TIENS

Paket <i>Membership</i>	BV	Harga	Diskon Produk
Bronze	1.300	Rp. 1.400.000	-
Silver	2.600	Rp. 3.000.000	5%
Gold	5.200	Rp. 6.000.000	8%
Platinum	10.400	Rp. 12.000.000	15%

Untuk dapat naik peringkat dari *bronz* ke *silver*, mitra hanya melakukan penambahan dari sisa pendaftaran yaitu dengan mengakumulasikan poin atau bv. Sebagai contoh paket *bronz* adalah 1.300 bv, maka jika mitra ingin naik peringkat ke *membership silver* mitra hanya

⁹³Wawancara dengan Seno Arie yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 sekaligus pemilik stokis di Semarang, pada 15 Juni 2021, pukul 13.18 WIB.

menambahkan selisih yang dibayar 2.600 bv – 1.300 bv maka status *membership* akan naik menjadi *silver*. Sama halnya jika mitra ingin naik peringkat lagi ke level *gold*. Akan tetapi untuk dapat naik ke *membership platinum* terdapat cara yang berbeda, yaitu dengan minimal status *membership* adalah *gold* serta harus mensponsori dua *membership gold* 5.200 bv.⁹⁴

Calon mitra atau distributor berhak memilih salah satu dari paket tersebut dan membelinya sebagai syarat utama menjadi distributor. Dengan membeli paket *membership* berarti distributor akan mendapatkan beberapa jenis produk kesehatan herbal yang diinginkan sebanyak harga paket yang dipilih. Adapun produk yang telah dibeli akan menjadi hak milik bagi distributor baru, produk tersebut boleh dikonsumsi sendiri dan boleh juga dijual kembali agar mendapatkan keuntungan.⁹⁵

4. Jenjang Karir

Ada yang menjadi ciri khas dari bisnis MLM ini yaitu adanya sistem perjenjangan atau tingkatan untuk para distributor yang bergabung di dalamnya. Perjenjangan tersebut diawali dari bawah kemudian meningkat dan akan terus naik sesuai dengan seberapa besar usaha yang telah dilakukan oleh distributor. Sama halnya seperti meniti karir yang ada dalam bisnis konvensional yang diawali dengan tingkat paling bawah.⁹⁶

Perjenjangan atau tingkatan yang ada di bisnis *multi level marketing* PT TIENS dimulai dari bintang 1 sampai bintang 8. Ada beberapa tahapan dalam membangun bisnis MLM TIENS, tahap tersebut adalah tahap awal, tahap pengembangan, dan tahap internasional.⁹⁷

⁹⁴Wawancara dengan Seno Arie yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 sekaligus pemilik stokis di Semarang, pada 15 Juni 2021, pukul 13.18 WIB.

⁹⁵Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

⁹⁶Kuswara, Mengenal MLM Syariah,..., hlm. 50

⁹⁷Tiens Indonesia, Membangun Aset Melalui 8 Tahap, <https://singalangitjaya.weebly.com/presentasi-standard.html> diakses pada tanggal 2 agustus 2021 pukul 13.00 WIB.



Gambar 3. 2 Sistem Peringkat TIENS

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa peringkat perkembangan seorang distributor dimulai dari bintang 4, bintang 5, bintang 6, bintang 7, sampai bintang 8. Cara untuk memperoleh kenaikan setiap levelnya dihitung dari ANTPV, yaitu akumulasi omset perkembangan dan penjualan distributor dan juga grup jaringan dari awal bergabung tanpa batas waktu. Tetapi untuk kenaikan peringkat dari bintang 4 ke bintang 5 dihitung dari CPV, yaitu total pembelanjaan pribadi distributor dari awal bergabung.

Selanjutnya adalah peringkat kehormatan, untuk memperoleh peringkat kehormatan seorang distributor peringkat bintang 8 harus memiliki dua jalur jaringan berbeda peringkat bintang 8 maka akan naik ke peringkat kehormatan *bronze lion*. Sedangkan untuk naik ke peringkat kehormatan *silver lion*, seorang distributor harus memiliki tiga jalur dengan jaringan berbeda bintang 8, dan untuk naik ke peringkat *gold lion*, seorang distributor harus memiliki empat jalur berbeda bintang 8, untuk naik ketahap *diamond gold lion*, distributor harus memiliki lima jalur berbeda bintang 8, memiliki empat jalur jaringan berbeda *gold lion* untuk naik ke peringkat direktur, dan harus memiliki empat jaringan berbeda direktur untuk mencapai puncak peringkat yaitu eksekutif direktur.

5. Support System

TIENS mendirikan sebuah *support System* yang dapat dijadikan bagian terpenting untuk sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *multi level marketing*. *Support System* ini didirikan untuk menjadikan distributor unggul dalam menjalankan bisnisnya dan agar bisnis yang dijalankannya sehat. *Support System* ini dinamakan “Onevision”, yang akan memberikan sekolah bisnis, pelatihan dasar, dan edukasi untuk para distributor agar dapat membangun jaringan dan mengembangkan bisnis dengan sehat.

Untuk mengedukasi distributor, onevision membagi tingkatan sesuai dengan peringkat distributor, dan materi yang diberikan sesuai dengan riset dan analisis pasar. Sehingga akan sesuai dengan market dan akan tepat sasaran. Dengan edukasi yang baik, maka akan menghasilkan distributor yang unggul.⁹⁸

Onevision menerapkan tujuh langkah sukses dalam berbisnis yaitu:

- a. Impian dan sikap
- b. Memakai produk
- c. Daftar nama
- d. Janji bertemu
- e. Presentasi
- f. *Follow up*
- g. Alat bantu

Tiga prinsip dasar distributor:

- a. Edukasi
- b. Konsultasi
- c. *No crosslining*

Parameter bisnis onevision:

- a. Peringkat PBO
- b. Net P

⁹⁸Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

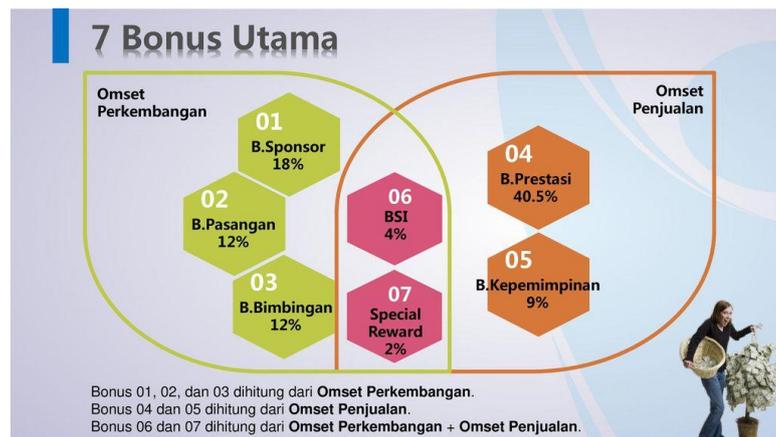
Tujuh kebiasaan dalam core producer:

- a. Melakukan presentasi dalam setiap bulan
- b. Selalu membuat target disetiap awal bulan
- c. Mengadakan rakor grup dengan tujuan membantu menyusun target
- d. Memiliki, mendengar, dan membaca *starter pack*
- e. Membantu grup mencapai target
- f. Menjadi *Good Team Player* yang baik dalam setiap acara
- g. Melayani pelanggan setiap bulannya

6. Bonus dan Reward dalam TIENS

Dalam sebuah bisnis pasti terdapat pemberian bonus jika seorang karyawan berhasil mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan, begitupun di dalam bisnis MLM TIENS. Semua distributor memiliki hak yang sama untuk memperoleh laba retail dari omset penjualan produk Tiens, merekrut orang lain untuk bergabung dengan Tiens, dan juga berhak untuk mendapat keuntungan sesuai dengan kondisi jaringannya.

Marketing plan TIENS mengelompokkan menjadi 2 omset dengan bagian 7 bonus utama, diantaranya yaitu Bonus Sponsor, Bonus Pasangan, Bonus Bimbingan, Bonus Prestasi, Bonus Kepemimpinan, Bonus Sharing Internasional (BSI), dan Bonus Spesial Reward.⁹⁹



Gambar 3. 3 Tujuh Bonus Utama Tiens

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

⁹⁹Farid Akbar, "Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus" ...,hlm. 34.

PT. TIENS dalam mensejahterakan para distributor yaitu dengan cara membuat *marketing plan* sebaik mungkin, marketing plan Tiens terkenal dengan sistem “HYBRID PLAN” yaitu dengan menggabungkan keistimewaan sistem “Binary” dan “Matahari (BreakWays)”. Dengan mengelompokkan omset menjadi 3 dengan bagian 7 bonus utama yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 7 Bonus Utama Tiens

A. Omset Perkembangan:	Presentase
1. Bonus Sponsor	18%
2. Bonus Pasangan	12%
3. Bonus Bimbingan	12%
B. Omset Penjualan:	Presentase
4. Bonus Prestasi	40.5%
5. Bonus Kepemimpinan	9%
C. Omset Perkembangan dan Penjualan	Presentase
6. Bonus Sharing Internasional	4%
7. Special Reward	2%

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

a. Bonus Sponsor

Bonus didapatkan ketika distributor berhasil merekrut dan mensponsori langsung anggota baru untuk dapat menjalankan bisnis dengan besaran bonus sesuai dengan tingkatan atau level *membership* mitra tersebut. Adapun presentase pembagiannya dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 3. 3 Presentase Bonus Sponsor

Bronze	Silver	Gold	Platinum
10%	14%	16%	18%

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

Bonus sponsor salah satu bonus yang memberikan presentase terbesar, dan untuk distributor baru harus mengejar bonus sponsor

yang ditawarkan oleh TIENS. Presentase dari bronze sebesar 10% ke silver ada penambahan 4%, dari silver ke gold ada penambahan 2%, dan dari gold ke platinum ada penambahan 2%.

Bronze

1.300 x 10% = Rp. 130.000

Gold

5.200 x 16% = Rp. 832.000

Silver

2.600 x 14% = Rp. 364.000

Platinum

10.400 x 18% = Rp. 1.872.000

Bonus sponsor dibagikan setiap 2 minggu, adapun kelebihan bonus sponsor ini adalah dapat menjadi bonus terfavorit bagi distributor baru, bonus ini memberikan presentase terbesar bagi distributor baru, dan untuk mendapatkannya tidak diwajibkan tutup poin dan jika distributor ingin memperbesar bonus maka distributor harus menambah paket *membership* dengan cara melakukan pembelian produk sesuai nilai yang telah ditentukan.

Contoh perhitungan bonus sponsor pada distributor bintang 8 dengan membership platinum.¹⁰⁰

Distributor bintang 8 mensponsori distributor bintang 5 dengan total PPV 2.600 (membership silver), maka bonus sponsor yang didapatkan adalah $2.600 \times 18\% = 473.720$.

b. Bonus Pasangan

Syarat untuk mendapat bonus pasangan yaitu harus memiliki minimal 2 jalur omset perkembangan yang berbeda dengan tingkat presentase bonus sesuai dengan tingkatan mitra bisnis.

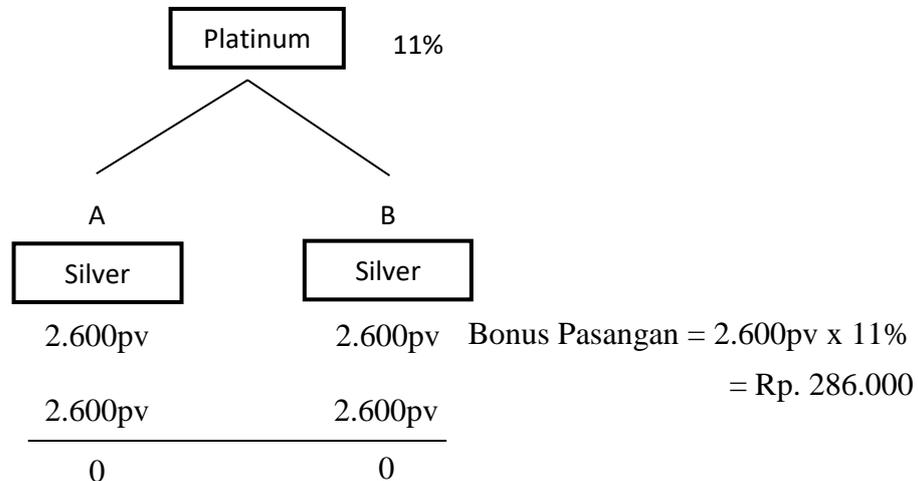
Tabel 3. 4 Presentase Bonus Pasangan PT TIENS

Membership	Presentase
Bronze	8% - 9%
Silver	9% - 10%
Gold	10% - 11%
Platinum	11% - 12%

¹⁰⁰ Wawancara dengan Ana Nisa'atul Hikmah yang merupakan distributor Tiens, Peringkat bintang 8. Pada 28 Juni 2024 pukul 13.50 WIB.

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

Contoh perhitungan bonus pasangan



Contoh di atas menunjukkan bahwa bonus pasangan dengan *membership silver* dan memiliki dua jalur jaringan dimana jalur A mengambil paket *membership silver* sebesar 2.600pv, dan jalur B mengambil paket *membership silver* juga senilai 2.600pv. Sehingga nilai dari keduanya harus dinolkan dengan mengurangi dari nilai yang terendah, karena sama-sama *membership silver* maka dikurangi 2.600pv dan dikalikan sesuai dengan presentase membership *upline* pada saat itu yaitu *platinum* 11% ($2.600pv \times 11\% = 286.000$). Dengan demikian distributor tersebut memiliki bonus pasangan dari jalur A dan B sebesar Rp. 286.000

c. Bonus Bimbingan

Bonus bimbingan didapatkan saat downline mendapat bonus pasangan, bonus dihitung hingga sampai generasi ke empat pada satu minggu perhitungan. Presentase bonus bimbingan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Bonus Bimbingan

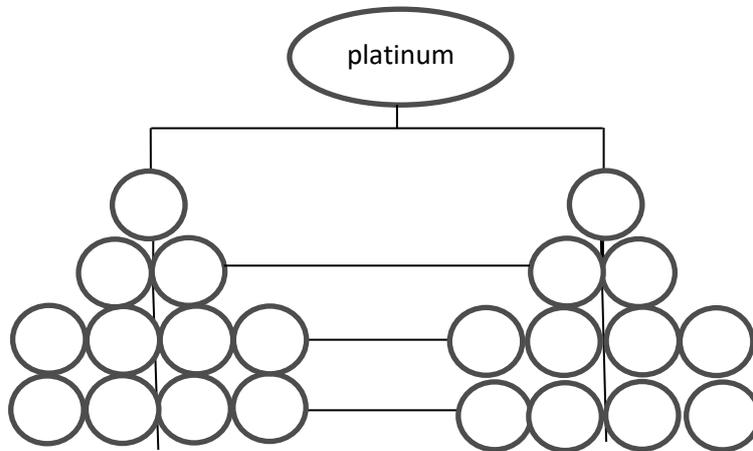
Peringkat	Bronze	Silver	Gold	Platinum
Generasi 1	-	3%	3%	3%
Generasi 2	-	3%	3%	3%

Generasi 3	-	-	3%	3%
Generasi 4	-	-	-	3%

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

Syarat untuk mendapatkan bonus bimbingan adalah ketika distributor sudah mencapai *membership silver*. Perolehan bonus bimbingan adalah 3% dari bonus pasangan yang diperoleh downline dengan syarat bonus tersebut dihitung dalam satu minggu. Bonus bimbingan hampir sama dengan bonus pasangan, perhitungan bonus pasangan adalah tergantung dengan jumlah *downline* minimal dua. Sedangkan pada bonus bimbingan perhitungan bonusnya bisa satu *downline*, tetapi *downline* tersebut harus mampu memperluas jaringannya agar bonus bisa didapatkan oleh *upline*. Bonus bimbingan harus tutup poin satu bulan minimal 260 pv, jika tidak tutup poin setiap bulan maka distributor tidak dapat memiliki bonus bimbingan.

Contoh perhitungan bonus bimbingan:



Distributor dengan membership platinum memiliki 2 kaki dan terduplikasi memiliki 2 kaki ke bawah. Pada suatu minggu masing-masing downline mendapatkan bonus pasangan 2.600 pv.

Maka bonus bimbingan yang diperoleh adalah:

Gen 1 (2 orang): $2 \times 2.600 \text{ pv} \times 3\% = 156.000$

Gen 2 (4 orang): $4 \times 2.600 \text{ pv} \times 3\% = 312.000$

Gen 3 (8 orang): $8 \times 2.600 \text{ pv} \times 3\% = 624.000$

Gen 4 (16 orang): $16 \times 2.600 \text{ pv} \times 3\% = 1.248.000$

Total bonus bimbingan 4generasi yaitu 2.340.000.

d. Bonus Prestasi

Setelah membahas bonus yang diperoleh dari hasil perkembangan distributor, pada bagian bonus prestasi ini diperoleh dari hasil omset penjualan pribadi distributor dengan besaran presentase sesuai dengan peringkat, pada saat seorang *downline* berhasil tutup poin, dan saat *downline* merekrut orang yang belum mengambil paket. Untuk dapat memperoleh bonus, ada beberapa syarat ketentuan yang harus terpenuhi, yaitu seorang distributor harus memenuhi PPV mulai dari peringkat bintang 5 ke atas, dan bonus ini juga hanya didapatkan dari GPV selisih peringkat.

4. Bonus Prestasi (40,5%)

- Bonus dari pembelanjaan pribadi (PPV).
- Bonus selisih peringkat.

Peringkat	*4	*5	*6	*7	*8	BL	SL	GL	DGL	DIR	EXDIR
Bonus Prestasi	-	10%	15%	21%	27/30%	34%	36%	38%	39%	40%	40,5%
PPV		260	260	650	975	1950	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600
GPV						13.000	13.000	13.000	13.000	13.000	13.000
Syarat					(30% bila TNPV $\geq 39.000 \text{ PV}$)	2 Leg *8 active.	3 Leg *8 active.	4 Leg *8 active.	$\geq 5 \text{ Leg *8 active.}$	4 Leg Active GL	4 Leg Active DIR
TNPV						TNPV 39.000 PV per leg *8					

- Syarat PPV untuk bonus Omset Perkembangan & Omset Penjualan diambil angka tertinggi.
 Contoh: *7 (PPV Omset Perkembangan 260PV, PPV Omset Penjualan 650PV) maka PPV = 650PV.
 - Syarat PPV dan GPV adalah wajib. Syarat TNPV / leg bila tidak terpenuhi maka akan mendapatkan bonus di peringkat bawahnya yang terpenuhi.

Gambar 3. 4 Presentase Bonus Prestasi

Sumber: *Marketing Plan TIENS*

Bonus prestasi didapatkan ketika distributor berhasil melakukan penjualan produk. Sedangkan pembagian bonusnya berdasarkan peringkat yang telah diperoleh masing-masing distributor, semakin tinggi bintangnya maka semakin tinggi pula total bonus yang didapatkan.

Contoh perhitungan bonus prestasi distributor bintang 8 dengan total belanja (PV) 3.021 maka perhitungannya adalah¹⁰¹:

$$3.021 \text{ PV} \times 27\% = 815.880$$

Presentasi bonus penjualan ada 2, yaitu 27% ketika omset kurang dari 39.000 PV dan 30% ketika omset lebih dari 39.000 PV. Distributor tersebut memiliki omset 3.021 pv artinya kurang dari 39.000 pv.

e. Bonus Kepemimpinan

Bonus kepemimpinan diberikan ketika distributor memiliki grup yang berperingkat minimal bintang 8 dan *downline* (orang di bawahnya) juga minimal memiliki bintang 8. Adapun syarat untuk mendapatkan bonus kepemimpinan adalah sebagai berikut:

5. Bonus Kepemimpinan (9%) Bonus bila Anda min. ★8 dan downline Anda min. ★8.

Generasi	★8	BL	SL	GL	DGL	DIR	EXDIR
Syarat	PPV 975 GPV 10.400	Syarat sama seperti syarat Bonus Prestasi (PPV, GPV, dan syarat TNPV kaki ★8 sesuai peringkat)					
Gen 1	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Gen 2	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Gen 3	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Gen 4	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Gen 5		1%	1%	1%	1%	1%	1%
Gen 6		0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Gen 7			0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Gen 8				0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Gen 9					0,5%	0,5%	0,5%
Gen 10						0,5%	0,5%
Gen 11							0,5%

Gambar 3. 5 Bonus Kepemimpinan

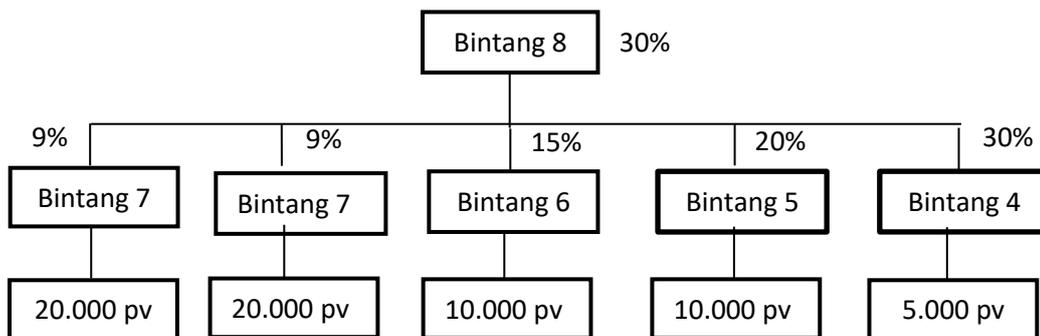
Sumber: *Marketing Plan TIENS*

Distributor akan mendapatkan bonus kepemimpinan sampai generasi ke empat untuk level bintang 8, dan untuk peringkat *Bronze Lion* keatas sama dengan bonus prestasi yaitu harus memenuhi GPV 10.400 dan 1.300PPV. Untuk distributor peringkat *bronze lion* akan memperoleh bonus sampai generasi keenam, *silver lion* sampai generasi ke7, *gold lion* sampai generasi ke 8, *diamond gold lion*

¹⁰¹ Wawancara dengan Ana Nisa'atul Hikmah yang merupakan distributor Tiens, Peringkat bintang 8. Pada 28 Juni 2024 pukul 13.50 WIB.

sampai generasi ke 9, direktur sampai generasi ke 10, dan eksekutif direktur sampai pada generasi ke 11.

Contoh perhitungan bonus kepemimpinan:



$$20.000 \times 9\% = 1.800.000$$

$$20.000 \times 9\% = 1.800.000$$

$$10.000 \times 15\% = 1.500.000$$

$$10.000 \times 20\% = 2.000.000$$

$$5.000 \times 30\% = 1.500.000$$

$$\text{Total bonus} = 8.600.000.$$

f. Bonus Sharing Internasional

Bonus ini didapatkan dari pembagian persenan penjualan produk seluruh dunia. Bonus BSI dihitung dari omset pengembangan dan penjualan, dan yang memperoleh kualifikasi BSI hanya pada peringkat kehormatan seperti *bronze lion* ke atas dan bisnisnya sehat, dengan presentase berbeda tergantung peringkat masing-masing distributor. Presentasenya dapat dilihat pada gambar berikut:

6. BSI (4%)

Bonus Sharing Nasional untuk Omset Perkembangan.
 Bonus Sharing Internasional untuk Omset Penjualan.
 Perhitungan BSN & BSI berdasarkan index kesehatan jaringan.

Peringkat	BL	SL	GL	DGL	DIR	EXDIR
BSI	1%	0.75%	0.5%	0.2 %X5	0.5%	0.25%
Syarat	Syarat sama seperti syarat bonus Prestasi (PPV, GPV, dan syarat TNPV kaki *8 sesuai peringkat)					



Gambar 3. 6 Bonus Sharing Internasional

Sumber: *Marketing Plan Tiens Syariah 2016*

Dari presentase pembagian bonus di atas, distributor *bronze lion* akan memperoleh BSI sebesar 1%, kemudian *silver lion* memperoleh 0,75%, *gold lion* 0,5%, *diamond gold lion* memperoleh 0,2 x 5%, *direktur* 0,5%, dan *eksekutif direktur* memperoleh BSI 0,25%. Syarat untuk memperoleh BSI harus memenuhi kualifikasi PPV, GPV, dan ANTPV per jaringan sama dengan bonus prestasi. BSI dibagikan kepada distributor per tiga bulan jika memperoleh syarat dan ketentuan.

g. Special Reward

Bonus special reward merupakan bonus penghargaan dari perusahaan kepada distributor karena telah berhasil naik ke peringkat kehormatan *bronze lion* ke atas sampai pada posisi peringkat *eksekutif direktur* dengan total bonus Rp. 2.535.000.000 dan untuk mencapainya tidak ada batas waktu yang ditentukan.

Besaran presentase yang berbeda-beda tiap *plan* baik omset perkembangan dan penjualan ditentukan berdasarkan beberapa pertimbangan direktur PT Tiens. Keunggulan dalam *marketing plan* Tiens ini adalah tidak membebani distributor baru untuk melakukan belanja dalam jumlah tertentu setiap bulan, artinya Tiens sangat peduli dengan distributor yang bergabung menjadi mitra bisnis.

Secara singkat perolehan omset perkembangan berasal dari *membership* atau distributor yang mengupgrade pakatnya dan omset

perkembangan adalah yang memberikan sumber bonus terbesar untuk peringkat awal terutama yang masih di bawah bintang 8. Untuk omset perkembangan distributor harus tutup poin 260 pv. Omset penjualan berasal dari tutup poin atau pembelanjaan pribadi.

Tutup buku dan pembagian bonus dijadwalkan setiap minggu dan dibagi antara bonus omset perkembangan dan bonus omset penjualan. Bonus omset perkembangan dihitung tiap minggu, setiap bulan dibagi menjadi 4 periode minggu. Tutup buku dilakukan pada pukul 00.00 pada tanggal 4-11-18-25. Adapun bonus tutup buku tanggal 4 dan 11 dibagikan pada tanggal 30, dan bonus tutup buku 18 dan 25 dibagikan pada tanggal 16. Sedangkan bonus omset penjualan dihitung setiap bulan, tutup buku dilakukan setiap tanggal 25 pukul 00.00 dan bonus dibagikan setiap tanggal 16.

Menurut seorang stokis yang berada di Semarang yakni Bapak Abdul Sattar dalam bisnis MLM TIENS, yang join duluan belum pasti peringkatnya tinggi dan bonusnya lebih banyak daripada yang join belakangan, jadi keadilannya disini *Al- Ajru Biqodri Ta'ab*.¹⁰²

- a. Tidak selalu yang join duluan peringkatnya lebih tinggi.
- b. Tidak selalu yang join duluan uangnya lebih banyak.
- c. Tidak selalu yang join duluan dapat rewardnya lebih duluan.
- d. Orang dihargai sesuai dengan kerja kerasnya.

Menurut Ana Nisa'atul Hikmah distributor peringkat bintang 8, Setahu saya yang pengen join di TIENS itu yang pertama pengen produknya dan yang ke 2 ternyata dari produk itu kita bisa menghasilkan uang. Kenapa saya tertarik dengan TIENS, karena bagus produknya. Kebetulan saya setelah mengkonsumsi produk TIENS ini penyakit ambien saya bisa sembuh tanpa operasi. Saat di Taiwan saya pengen jadi pengusaha. Jadi menurut saya usaha yang paling mudah ya di TIENS ini, karena tidak perlu stok produk, tidak perlu buka toko, jadi cara kerjanya

¹⁰² Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

cukup lewat hp lebih fleksibel, kita bisa kerjasama dengan teman-teman perantau yang lain lewat online.¹⁰³

Berikut adalah hasil wawancara dengan para distributor TIENS:

No.	Nama	Alasan Bergabung	Pendapatan Bonus
1.	Seha Salsabila, bintang 6	bergabung saat awal menjadi mahasiswa baru ada teman yg menawarin bisnis tiens, bertemu dengan mentor kemudian dijelaskan cara kerjanya lalu ikut seminar.	Bonus sponsor, Bonus Pasangan 2x, dan Bonus Penjualan dapat awal bintang 6
2.	Ana Nisa'atul Hikmah, bintang 8	Awal join tiens di taiwan saat menjadi tkw 2015, saya kenal tiens saat itu karena pengen produknya. Akhirnya gabung menjadi member, namun pada saat itu saya hanya memakai produknya saja, tidak menjalankan bisnisnya. Saya aktif menjalankan bisnisnya tahun 2019 saat saya pulang ke indonesia sampai saat	cash reward convention 2,6 juta, reward hp dari onevision, wonderfull trip, dan pemasukan itu kira-kira ada 2 juta dari tiens.

¹⁰³ Wawancara dengan Ana Nisa'atul Hikmah yang merupakan distributor Tiens, Peringkat bintang 8. Pada 03 Juli 2023 pukul 11.30 WIB.

		ini.	
3.	Nadya Aurasari ningrum, Bintang 6	bergabung sejak tahun 2022 Yang membuat tertarik bergabung karena tiens menyediakan sistem membangun aset atau jaringan.	Bonus sponsor, bonus sharing, bonus trip dalam negeri.
4.	Rosmawati, bintang 5	Gabung mulai tahun 2020 Terapi buat orang tua, karena memiliki riwayat penyakit asam urat dan kolesterol, tidak menjalankan bisnisnya.	Tidak mendapat bonus karena tidak menjalankan bisnisnya, hanya memakai produknya.
5.	Rega Harris Dea Saputra, 75856417 bintang 6	Bergabung tahun 2010 karena punya problem migrain, magh, dan kolesterol.	Tidak mendapat bonus karena tidak menjalankan bisnisnya, hanya memakai produknya.
7.	Khumaeroh , 77603340, bintang 6	Bergabung tahun 2015 karena punya problem darah tinggi dan kolesterol. Menjalankan bisnisnya yang sama-	Bonus penjualan

		sama butuh produk kesehatan untuk terapi.	
9.	Nur Farida Aryani, bintang 5	Bergabung tahun 2021, membeli Paket pelangsing dan paket vitamin anak.	Bonus cash sponsoring
10.	Surawati, bintang 6	Bergabung pada tahun 2021 tertarik karena membeli paket pelangsing.	Bonus cash sponsoring

BAB IV
ANALISIS PENERAPAN AKAD JU'ALAH DALAM SISTEM
PEMBERIAN BONUS MLM (MULTI LEVEL MARKETING) PADA
BISNIS TIENS

A. Analisis Sistem Pemberian Bonus MLM Pada Bisnis TIENS

Di dalam ketentuan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 sudah dijelaskan bahwa komisi yaitu imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra atas hasil penjualan yang besaran ataupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan adanya prestasi kerja yang berkaitan langsung dengan penjualan barang dan jasa. Di sisi lain bonus yakni tambahan dari perusahaan kepada para member sebagai imbalan atas penjualan sebab para mitra sudah berhasil melampaui target penjualan produk barang ataupun jasa.

Bisnis MLM TIENS membagi distributor menjadi 3 jenis, yaitu:

1. *User*, yaitu orang yang mendaftar sebagai distributor hanya agar dapat menggunakan produk TIENS untuk kebutuhan pribadi dan keluarga saja.
2. *Seller*, yaitu distributor yang bergabung dan orientasinya hanya untuk menjual produk atau berjualan saja.
3. *Networker*, yaitu distributor yang berorientasi atau memiliki fokus untuk memakai produk, berjualan dan membangun jaringan bisnis dengan merekrut member.

TIENS mensejahterakan para distributor yaitu dengan cara membuat *marketing plan* sebaik mungkin, dengan mengelompokkan omset menjadi 3 dengan bagian 7 bonus utama yaitu:

1. Omset Perkembangan:
 - a. Bonus Sponsor 18%
 - b. Bonus Pasangan 12%
 - c. Bonus Bimbingan 12%
2. Omset Penjualan:
 - a. Bonus Prestasi 40.5%
 - b. Bonus Kepemimpinan 9%

3. Omset Perkembangan dan Penjualan

- a. Bonus Sharing Internasional 4%
- b. Special Reward 2%

Selain 7 bonus tersebut, perusahaan juga akan memberikan reward khusus sebagai penghargaan kepada member yang berprestasi dan memiliki peringkat tinggi. Reward yang dibagikan berupa sepeda motor, mobil, laptop, smartphone, trip jalan-jalan ke luar negeri, dan lain-lain. Kualifikasi reward ini diadakan setiap tahun dengan barang yang berbeda setiap tahunnya yang diberikan secara gratis oleh perusahaan. Semua member memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan bonus maupun reward dari TIENS.

Sistem pemberian bonus yang dilakukan oleh member TIENS apabila ingin mendapatkan semua bonus tersebut maka harus melakukan penjualan produk maupun pembinaan terhadap para member dibawahnya, karena para member dibawahnya tersebut merupakan tanggung jawab para *upline* (atasan) yang telah direkrut. Semua bonus-bonus tersebut bisa di dapatkan secara mudah jika member mampu menjual barang ataupun merekrut serta membimbing para member lain yang telah direkrut, hal tersebut tentu harus dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan penulis, adapun pelaksanaan sistem pemberian bonus atau *marketing plan* TIENS secara singkat yaitu seorang distributor harus mengumpulkan PV (point value) dimana setiap melakukan belanja produk maka akan mendapatkan PV, untuk dapat menunjang peringkat distributor yang lebih tinggi maka yang dibutuhkan adalah menambah jumlah PV. Sedangkan jika distributor ingin memiliki bonus yang banyak maka harus mengumpulkan BV (bonus value) yang banyak. Setiap produk Tiens memiliki nilai PV dan BV masing-masing. Di Indonesia nilai PV dan BV itu hampir sama, (1 PV/1 BV = Rp. 1000).

Sesuai wawancara dengan bapak Abdul Sattar, beliau mengatakan bahwa: “di dalam bisnis MLM TIENS yang join lebih awal belum tentu peringkatnya tinggi dan bonusnya lebih banyak, “*Al-ajru biqodri ta'ab*” hasil

itu tergantung dari seberapa besar usahanya, sukses itu tergantung seberapa keras usahanya.¹⁰⁴

Sesuai wawancara dengan Ana Nisa'atul setiap member yang bergabung harus mengaktifkan aplikasi V-share, yaitu aplikasi yang di dalamnya memiliki banyak manfaat, seperti data tim, perhitungan bonus, macam-macam produk, info seminar bisnis, info perusahaan, dan lain-lain.¹⁰⁵

Menurut penelitian dan pengamatan, penulis menemukan bahwa metode aplikasi V-share yang ada dalam bisnis MLM TIENS sudah sangat tepat, karena hal tersebut dapat mencegah terjadinya kecurangan antar *upline* dengan *downline* dalam pembagian bonus. Jadi dengan adanya aplikasi V-share juga dapat melihat keadilan dalam pembagian hasil atau bonus yang diterima oleh masing-masing distributor.

B. Analisis Akad Ju'alah dalam Sistem Pemberian Bonus *Multi Level Marketing* Pada Bisnis TIENS

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 62/DSNMUI/XII/2007 menjelaskan *ju'alah* sebagai suatu janji atau perikatan untuk memberikan imbalan tertentu, yang disebut sebagai reward, 'iwadh, atau ju'l, atas pencapaian hasil yang telah ditetapkan dalam suatu tugas.

Akad *ju'alah* dalam bisnis MLM merupakan suatu janji perusahaan MLM untuk memberikan bonus kepada membernnya setelah member tersebut menyelesaikan pekerjaan yang ditentukan perusahaan. Untuk mengetahui praktik atau implementasi akad *ju'alah* dalam bisnis TIENS yang dimana akad ini terjadi ketika perekrutan member sampai member tersebut mendapatkan bonus.

Ju'alah diperbolehkan dan menjadi sah jika rukun dan syaratnya terpenuhi, adapun rukun dan syaratnya yaitu:

¹⁰⁴ Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

¹⁰⁵ Wawancara dengan Ana Nisa'atul Hikmah yang merupakan distributor Tiens, Peringkat bintang 8. Pada 28 Juni 2024 pukul 13.50 WIB.

1. Rukun *Ju'alah*

a. *Ja'il* (pihak yang membayar imbalan)

Dalam bisnis Tiens ini, yang menjadi *Ja'il* (pihak yang membayar imbalan) adalah PT. Tiens membayar imbalan kepada para member yang bergabung.

b. *Maj'ullah* (pihak yang menjalankan tugas)

Dalam bisnis Tiens ini, yang menjadi *Maj'ullah* (pihak yang menjalankan tugas) adalah para member atau distributor, baik *upline* (atasan) maupun *downline* (bawahan).

c. Tugas yang diselesaikan

Dalam bisnis Tiens ini, ada beberapa tugas yang harus diselesaikan agar upah atau bonus tersebut dapat diberikan kepada para member atau distributor, diantaranya adalah melakukan penjualan produk dan merekrut anggota untuk bergabung menjadi member di PT. Tiens. Kemudian *upline* (atasan) melakukan pengarahan terhadap *downline* (bawahan) yang telah direkrut.

d. Imbalan atau hadiah (*reward/iwadh/ju'l*)

Pembagian bonus dalam *marketing plan* PT. Tiens yang totalnya ada 7 bonus utama yang akan didapatkan oleh para distributor, bonus yang akan didapatkan distributor Tiens dihitung dari total omset perkembangan dan omset penjualan. 7 bonus utama Tiens yaitu bonus sponsor 18%, bonus pasangan 12%, bonus bimbingan 12%, bonus prestasi 40,5%, bonus kepemimpinan 9%, bonus sharing internasional (BSI) 4%, dan special reward 2%.

Semua distributor Tiens memiliki hak yang sama untuk memperoleh laba retail dari omset penjualan produk Tiens, merekrut orang lain untuk bergabung dengan Tiens, dan juga berhak untuk mendapat keuntungan sesuai dengan kondisi jaringannya.

e. *Shighat* (ucapan), akad yang menunjukkan pekerjaan yang akan diberi imbalan. Lafazh *shighat* harus jelas dan mudah dipahami serta berisi janji untuk memberikan imbalan atas pekerjaan yang ditentukan.

Dalam bisnis Tiens ini, *shighat* (ucapan) akadnya adalah ijab qabul antara orang yang mengajak untuk bergabung dengan orang yang diajak untuk bergabung. Dalam hal ini melalui musyawarah di awal yang akhirnya menghasilkan keputusan apakah ingin bergabung atau tidak. Prosesnya adalah, pertama melakukan penawaran produk, kemudian mengajak seminar untuk memperkenalkan bisnis di Tiens, kemudian dijelaskan keuntungan-keuntungan yang akan didapatkan.

2. Syarat *Ju'alah*

Muamalah *Ju'alah* akan menjadi sah jika terpenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. *Ahliyyah Al-tasarruf*, yaitu pihak yang berakad wajib mempunyai kecakapan dalam bermuamalah. Seperti berakal, *baligh*, dan *rasyid* (tidak dalam perwalian). Anak kecil, orang gila, dan orang *fasik* (bodoh) tidak sah melakukan akad *ju'alah*.

Dalam bisnis Tiens ini, seseorang yang bergabung merupakan orang yang cakap dalam bermuamalah, seperti berakal, *baligh*, dan *rasyid* (tidak dalam perwalian) bukan anak kecil, orang gila, dan orang *fasik* (bodoh). Member atau distributor Tiens merupakan orang yang sudah mumpuni dalam bermuamalah.

- b. *Al-ju'l* (Upah/ Imbalan). Upah dalam *ju'alah* harus memenuhi syarat yakni sebagai berikut:

Pertama, upah yang nantinya akan di berikan harus berupa sesuatu yang bernilai harta dan jumlahnya jelas. Jika upah berbentuk barang haram seperti minuman keras maka *ju'alah* tersebut batal. Upah yang diberikan dalam bisnis Tiens adalah berupa harta/ uang dan jumlahnya juga jelas sesuai dengan ketentuan yang sudah di tentukan oleh PT. Tiens dalam *marketing plan*.

Kedua, pembayaran itu harus diketahui oleh pihak penerima upah dan harus ada pengetahuan tentangnya, misalnya “siapa yang mengembalikan hartaku atau hewanku yang hilang maka dia akan mendapat pahala, atau ridha, seperti ini akadnya tidak sah.”

Pembayaran upah/bonus oleh PT. Tiens ditransfer ke rekening masing-masing distributor dengan jumlah yang sesuai dengan hasil pencapaiannya.

Sesuai wawancara dengan bapak Abdul Sattar, beliau mengatakan bahwa: “di dalam bisnis TIENS ini tidak ada tipu menipu, karena di dalamnya terdapat rincian bonus yang didapatkan, total pembelanjaan yang dilakukan, dan dapat melihat perkembangan jaringan bisnis yang dibentuk. Modelnya memakai aplikasi V-share, yaitu sistem kendali yang dikeluarkan oleh perusahaan.”¹⁰⁶

Ketiga, upah tidak boleh diberikan dimuka (sebelum pelaksanaan *ju'alah*). Upah atau bonus dalam bisnis Tiens tidak diberikan dimuka tetapi diberikan pada saat tutup buku, pembagian bonus dijadwalkan setiap minggu dan dibagi antara bonus omset perkembangan dan bonus omzet penjualan. Bonus omset perkembangan dihitung tiap minggu, setiap bulan dibagi menjadi 4 periode minggu.

- c. Pekerjaan yang mubah. Pekerjaan yang terkait dengan *Ju'alah* harus berupa pekerjaan yang halal dan diperbolehkan oleh syara' bukan pekerjaan yang haram seperti berjudi, zina, dukun, atau mendzolimi sesama muslim.

Pekerjaan dalam bisnis Tiens ini sudah jelas dan diperbolehkan oleh syara' yaitu menjual produk dan melakukan perekrutan member, kemudian *upline* melakukan pengarahan terhadap *downline* yang telah direkrut. Produk yang dijual di Tiens ini meliputi produk kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat dan juga produk kebutuhan umum seperti produk pertanian dan otomotif, serta ada juga produk kecantikan. Adapun semua produk PT Tiens sudah terbukti halal dan juga tidak menimbulkan mudharat, serta sudah mendapat sertifikat halal dari MUI.

¹⁰⁶ Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.

Setelah melihat banyaknya masyarakat yang ikut serta praktik dalam bisnis MLM menggunakan pola penjualan berjenjang dan praktik penjualan produk barang dan jasa sudah berkembang dan berinovasi dengan beragam pola, agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas maka Dewan Syariah Nasional (DSN)-MUI Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa mengenai Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PBLs) No : 75/DSN MUI/VII/2009.¹⁰⁷

Dalam fatwa tersebut terdapat 12 poin persyaratan di dalamnya yang harus ada di sebuah industri atau perusahaan MLM. Diantaranya yaitu:¹⁰⁸

1. Terdapat objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang ataupun jasa.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dalam bisnis MLM TIENS memiliki total produk kurang lebih 34 macam produk yang diperjualbelikan di Indonesia yang terdiri dari produk kesehatan herbal, perawatan rumah tangga, perawatan pribadi, produk tomotif, dan lain sebagainya. seluruh produk tersebut nyata adanya, bukan hanya sebagai kedok belaka seperti bisnis *money game*. Oleh karena itu, dalam poin pertama ini Tiens telah memenuhi kriteria ada objek transaksi berupa produk-produk Tiens.

2. Objek transaksi bukan sesuatu yang haram, harus halal dan baik.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa TIENS memperdagangkan produk-produk kesehatan yang dibutuhkan oleh masyarakat dan juga produk kebutuhan umum seperti produk pertanian dan otomotif, serta ada juga produk kecantikan. Adapun semua produk TIENS sudah terbukti halal dan juga tidak menimbulkan mudharat, serta sudah mendapat sertifikat halal dari MUI.

¹⁰⁷DSN-MUI Tentang *Pedoman Penjualan Berjenjang Syariah* (PBLs) No : 75/DSN MUI/VII/2009. <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/7/> diakses pada 14 Maret 2021 18.30 WIB.

¹⁰⁸Gemala Dewi, Wirnyaningih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 198

3. Di dalam transaksi perdagangan tidak boleh mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (gambling), *riba*, *dhahar* (membahayakan), dan *dzulm* (maksiat).

Dalam penelitian penulis menemukan dalam bisnis TIENS ini baik dalam penjualan produk-produknya maupun perekrutan para member selalu menjunjung adanya profesionalitas. Tidak ada unsur penipuan maupun zalim dikarenakan para member wajib menjualkan produk tersebut dengan harga yang sudah ditetapkan oleh TIENS itu sendiri yang tertera di katalog dan member dilarang untuk menaikkan harga produk sendiri tanpa sepengetahuan atasannya (*upline*). Tidak ada unsur dharar karena produk-produk yang dikonsumsi halal dan sudah mendapatkan sertifikat halal MUI.

4. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), karena tidak sepadan sehingga tidak merugikan konsumen.

Dalam penelitian penulis menemukan harga produk yang diperdagangkan oleh TIENS tidak mendzalimi distributor dan konsumen. Karena distributor memperoleh keuntungan langsung dalam keanggotaannya menjadi member dan konsumen memperoleh manfaat dari produk yang harganya tidak jauh dari harga pasar.

5. Komisi yang diberikan perusahaan harus sesuai pencapaian kerja nyata terkait dengan nilai hasil penjualan dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.

Dalam penelitian penulis menemukan komisi yang diberikan sudah sesuai dengan kerja nyata para member. Karena dalam pembagian komisi/bonus sudah transparan dan tercatat semuanya dalam aplikasi V-Share yaitu sistem kendali yang dikeluarkan oleh perusahaan. Di dalamnya dapat mengecek apakah pembelian sudah dientri atau belum, omsetnya apakah sudah tercatat atau belum, bonus dan jaringannya ada rinciannya semua.

6. Bonus yang diberikan harus jelas jumlahnya saat dilakukan akad (transaksi) sesuai dengan target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa distributor yang bergabung di TIENS telah mendapatkan penjelasan dari awal, baik tentang bagaimana operasional bisnis sampai dengan nisbah (pembagian) hasil atau bonus yang akan didapatkan, presentase pembagian hasil maupun berapa nominalnya semuanya sudah transparan di awal distributor bergabung.

Dalam sistem pembagian bonus dibisnis TIENS, distributor menerima bonus dengan melakukan penjualan dan membesarkan jaringan serta memasuki kualifikasi dari penjualan dan perkembangan bisnis. Pembagian bonus harus dilakukan secara adil sesuai dengan ketetapan yang telah disetujui bersama, sebelum anggota memutuskan untuk bergabung dalam bisnis MLM TIENS, dan juga tidak adanya eksploitasi secara sepihak.

7. Tidak diperbolehkan adanya komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan penjualan atas barang atau jasa.

Dalam penelitian penulis menemukan pada bisnis TIENS ini distributor yang tidak melakukan penjualan, maka tidak akan mendapatkan bonus penjualan. Karena semua peraturan sudah jelas tertuang dalam *marketing plan*.

8. Pembagian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota tidak menimbulkan *ighra'* (memberi iming-iming berlebihan).

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dibisnis TIENS menawarkan penghasilan, bonus serta reward mewah lainnya yang sangat menjanjikan kepada para membeinya. Bonus yang diberikan masih dalam tahap kewajaran, karena berdasarkan hasil kerja member. Dan tujuan member disini hanya untuk mencari income tambahan, karena

bonus yang dijanjikan sangat besar dan bisa menunjang kebutuhan hidupnya.

9. Pembagian komisi atau bonus harus adil dan tidak ada eksploitasi antara satu dengan yang lainnya.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dalam pembagian bonus pada bisnis TIENS telah diatur melalui *marketing plan*, pembagian bonus didasarkan pada kinerja dan kewajiban, tanpa adanya eksploitasi antara senior dan junior, presentase dan pembagiannya berbeda-beda berdasarkan peringkat, kinerja distributor, dan juga prestasi yang didapatkan oleh masing-masing distributor.

Penulis menemukan bahwa metode aplikasi V-share yang ada dalam bisnis MLM TIENS ini sudah sangat tepat, karena hal tersebut dapat mencegah terjadinya kecurangan antar *upline* dengan *downline* dalam pembagian hasil. Jadi dengan adanya aplikasi V-share juga dapat melihat keadilan dalam pembagian hasil atau bonus yang diterima oleh masing-masing distributor.

10. Sistem perekrutan anggota, bentuk penghargaan, dan acara seremonial tidak mengandung unsur bertentangan dengan akidah, syariat, dan akhlak.

Penulis menemukan bahwa perekrutan member, bentuk penghargaan dan acara seremonial dalam bisnis TIENS ini tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat Islam.

PT. TIENS mempunyai *support sistem* yaitu Onevision. Penyedia sekolah bisnis yang memberikan cara bagaimana membangun jaringan dengan baik, training-training leadership, dan juga sebagai motivasi para member untuk membangun bisnis dengan baik.

11. Setiap mitra yang melakukan perekrutan keanggotaan wajib melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrut.

Penulis menemukan dalam bisnis TIENS saat melakukan perekrutan member, anggota yang direkrut diajak untuk mengikuti seminar yang dimana seminar tersebut berisi tentang motivasi dan

pengarahan untuk menjalankan bisnis dengan baik. Selain itu para *upline* (atasan) juga wajib melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrut, karena setelah bergabung otomatis menjadi satu tim. Dalam TIENS terdapat Bonus Sponsor, Bonus Pasangan, Bonus Bimbingan, Bonus Prestasi, Bonus Kepemimpinan, Bonus Sharing Internasional (BSI), dan Bonus Spesial Reward yang tidak jarang untuk melibatkan *downline* (bawahan).

12. Tidak melakukan kegiatan *money game* (permainan uang).

Penulis menemukan dalam penelitiannya MLM Tiens tidak melakukan kegiatan *money game* (permainan uang) karena keberhasilan distributor MLM Tiens ditentukan dari hasil kerja keras dalam bentuk penjualan/ pembelian produk/ jasa yang bernilai untuk konsumen dan ada produk yang diperjualbelikan secara nyata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis penerapan akad *ju'alah* dalam pemberian bonus bisnis *multi level marketing* bisnis TIENS, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bonus yang diterima oleh distributor berupa 7 bonus yaitu, bonus sponsor 18%, bonus pasangan 12%, bonus bimbingan 12%, bonus prestasi 40,5%, bonus kepemimpinan 9%, bonus sharing internasional 4%, dan spesial reward 2%.
2. Pembagian bonus didasarkan pada kinerja dan kewajiban, tanpa adanya eksploitasi antara senior dan junior, presentase dan pembagiannya berbeda-beda berdasarkan peringkat, kinerja distributor, dan prestasi yang didapatkan.
3. Penggunaan metode aplikasi V-share yang ada dalam bisnis MLM TIENS ini sudah sangat tepat, karena hal tersebut dapat mencegah terjadinya kecurangan antar *upline* dengan *downline* dalam pembagian bonus. Jadi dengan adanya aplikasi V-share juga dapat melihat keadilan dalam pembagian hasil atau bonus yang diterima oleh masing-masing distributor. Hal tersebut merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi keadilan dalam hal persamaan hak. Semua distributor TIENS memiliki hak yang sama untuk memperoleh laba retail dari omset penjualan produk TIENS, merekrut orang lain untuk bergabung dengan TIENS, dan juga berhak untuk mendapat keuntungan sesuai dengan kondisi jaringannya.
4. Sistem pemberian bonus MLM bisnis TIENS jika ditinjau menurut perspektif hukum Islam tentang *ju'alah* sudah sesuai, karena sudah memenuhi rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan. Jika ditinjau dari fatwa DSN-MUI No. 75 tahun 2009 juga sudah sesuai dan memenuhi semua point yang ada dalam fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun 2009.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi distributor, perlu memperhatikan sifat kejujuran dan tidak boleh ada sifat memaksa dalam melakukan penawaran produk ataupun perekrutan member, tidak berlebihan dalam memuji produk ataupun sistem marketing. Bisnis MLM yang baik tidak mengandung unsur keterpaksaan bagi dua belah pihak. Karena dalam berbisnis tidak hanya mencari untung semata, tetapi harus tetap memperhatikan unsur ke-Islaman dan harus tetap memperhatikan hak dan kewajiban yang harus terpenuhi oleh masing-masing distributor.
2. Bagi PT. TIENS, harus tetap selalu mematuhi peraturan yang dikeluarkan pemerintah, tetap dalam peraturan koridor Islam yang telah dikeluarkan oleh DSN-MUI dalam fatwa No. 75/ DSN-MUI/VII/2009 dan juga lembaga yang menaungi penjualan langsung (APLI), tetap mengoperasikan bisnis sesuai dengan syariat Islam. Harus tetap menjaga transparansi dan keadilan dalam pembagian bonus kepada distributor, agar tidak ada distributor yang merasa tercurangi oleh distributor lain (dalam hal ini *upline*). Karena hal tersebut dapat menjadikan kepercayaan oleh masyarakat jika ingin bergabung dengan bisnis MLM PT. TIENS.
3. Bagi masyarakat yang ingin menjalankan bisnis MLM harus berhati-hati dan selektif dalam memilih bisnis MLM yang baik, dengan cara mempelajari praktik bisnis dan sistem bagi hasil yang ada di dalamnya, sehingga dapat menyimpulkan sendiri baik atau buruknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, Mokh. Syaiful Bakhri. (2012). Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW. Jakarta: Erlangga.
- Abu Azam al-Hadi. (2017). Fikih Muamalah Kontemporer. Depok: Rajawali Press.
- Agustino. (2002). Prospek MLM Syariah di Indonesia, Jakarta: Republika.
- Akbar, Farid. (2018). “Buku Rekomendasi Produk dan Bisnis Spesifikasi Plus”, Majalah Tiens Syariah, Edisi 12.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. (2018). Metode Penelitian Kualitatif, Sukabumi: CV Jejak.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik), Jakarta: Rineka Cipta.
- Asma Amaniya, Syahiedah. (2016). “Penerapan Nilai Keadilan Dalam Sistem Bagi Hasil Pada Perusahaan MLM PT Inovasi Quantum Di Yogyakarta” Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ayu Wulansari Vika. (2023). Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level marketing Natura World Jejaring Soloraya Menurut Fikih Muamalah. Skripsi- UIN Surakarta.
- Azhari, Fathurrahman. (2015). Qawaid Fiqhiyyah Muamalah, Banjarmasin: LPKU.
- Az-Zuhaili Wahbah. (2007). al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh, juz 5. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Baidhawiy, Zakiyuddin. (2007). Rekonstruksi Keadilan Etika Sosial-Ekonomi Islam untuk Kesejahteraan Universal. Jawa Tengah: Stain Salatiga Press.
- Bashir Ahmad Azhar. (2004). Asas-asas Hukum Muamalat: Hukum Perdata Islam. Yogyakarta: UII Pres.
- Biaya pemasangan iklan di TV dikutip dari <https://harga.web.id/> pada tanggal 30-10-21 pukul 22.50 WIB.
- Daftar produk Tiens <https://tiens.co.id/catalogue> diakses pada hari sabtu 19 Juni 2021 pada pukul 13.00 WIB.

- Dahwal, Sirman. (2006). "Etika Bisnis Menurut Hukum Islam (Suatu Kajian Normatif)." *Supremasi Hukum*, Vol. 17, No. 1.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY. (2017). *Ekonomi dan Bisnis Islam. (Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam)*. Jakarta: Raja Grafindo Pekasa.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah".
- Dewi, Gemala, Wirnyaningsih dan Yeni Salma Barlinti. (2013). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media Grup.
- Djam'an Satori dan Aan Komariah. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Fatwa DSN-MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007.
- Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju'alah.
- Fatwa DSN-MUI Tentang Pedoman Penjualan Berjenjang Syariah (PBLs) No : 75/DSN MUI/VII/2009.
- Fauzia, Ika Yunia. (2011). "Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multilevel Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida (HPA) di Surabaya." Disertasi, IAIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Fauziah Nur Dinah, dkk. (2017). *Multi Level Marketing Dalam Perspektif Syariah*, AL-'ADALAH: Jurnal Syariah dan Hukum Islam, Vol. 2, No. 3.
- Gazali. (2018). "Konsep Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Syariah", *Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2, No. 1.
- H. Saekhu, Ariyadi, dan Norwili. (2020). *Fikih Muamalah: Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media.
- Habib Nazir, dkk., *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah*, cet 1 (Jakarta: Gema Insani, 2011)
- Hardani, Helmina Andriani, et al. (2020) "Metode penelitian kualitatif & kuantitatif." Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harefa, Andrias. (1999). *Multi Level Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

- Holle, Mohammad H. (2019). "Implementasi Etika Islam Dalam Berbisnis." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1.
- Husna Mutia. (2017). Penerapan Nilai Keadilan Dalam Bisnis Multi Level Marketing Pada PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Kota Bukittinggi (Ditinjau Berdasarkan Kajian Ekonomi Islam). Skripsi, IAIN Bukittinggi.
- Husni, Indra Sholeh. (2020). "Konsep Keadilan Ekonomi Islam Dalam Sistem Ekonomi: Sebuah Kajian Konseptual." *Islamic Economics Journal* vol. 6, No. 1.
- Husnia, Husnia. (2019). Analisis hukum Islam terhadap sistem pemberian bonus MLM (Multi Level Marketing) pada bisnis Nu Amoorea (studi kasus pada PT. Duta Elok Persada). Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Husnia. (2019).” Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) Pada Bisnis Nu Amoorea “(Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada). Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Ifham Sholihin Ahmad. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. (2015). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Khoiril Abdillah Beni. (2015). *Praktek Sistem Bonus Dalam Perusahaan Herba Penawar Al-wahida Indonesia (HPAI) Kota Semarang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi- UIN Walisongo, Semarang.
- Komarudin. (2011). *Tianshi Dalam Perspektif Fatwa DSN*, Yogyakarta: Nuansa Pilar Media.
- Konferensi Perss Penyerahan sertifikat syariah oleh DSN-MUI kepada Tiens Indonesia (PT.Singa Langit Jaya) di Auditorium Gedung Majelis Ulama Indonesia, Jakarta 14 Januari 2013 <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2141457/mlm-asal-china-dapat-sertifikat-halal--syariah-dari-mui> diakses pada 30 Juni 2021, pukul 17.30 WIB.
- Kotler dan Gery Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2, Jakarta: PT. Indeks.
- Kushendar Deden. (2010). Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam. Yurcomp.
- Kuswara, (2005). Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya. Depok: Qultum Media.
- Leaders, M.L.M.(2007). The Secret Book Of MLM For 21st Century/ MLM Leaders, Surabaya: MIC Publishing.
- Mardalis, Ahmad, dan Nur Hasanah. (2016). "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam." Falah: Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 1, No. 1.
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria. (2016). "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 2, No. 2.
- Marketing Plan Tiens Syariah 2016
- Mas Arum Imam. (2012). "Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game". Jurnal Muqtasid. Vol.3 No.1.
- Mujahidah, Diana. (2021). "Identifikasi MLM Yang Halal Perspektif Hukum Ekonomi Syariah", Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI). Vol. 5. No. 2.
- Nawawi Ismail. (2012). Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer, Bogor: Galia Indonesia.
- Nugroho Setiadi. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Pustaka Media.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Standar Produk Mudharabah. Di akses di <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Buku-Standar-Produk-Perbankan-Syariah-Murabahah.aspx> pada tanggal 18 Maret 2021 pukul 11.00 WIB.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung.
- Profil Perusahaan Tiens Group

- Rohman Abdur. (2016). "Analisis Penerapan Akad Ju'alah Dalam Multi Level Marketing (MLM) (Studi Atas Marketing Plan www.jamaher.network)". Al-'Adalah. Vol. XIII. No. 2. Desember.
- Rokan, Mustafa Kamal. (2013). *Bisnis ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw. dalam Berbisnis*. Bentang Pustaka.
- Rozalinda. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rusyd Ibnu. (2007). *Bidayatu 'I-Mujtahid*. (terj. Abdurrahman dan A. Haris Abdullah), Jakarta: Pusaka Amini.
- Sabiq Sayyid. (2008). *Fiqh al Sunnah*. Beirut: Muasasah al Risalah Nasyirun.
- Sahlan, Ahmad. (2016). "Bisnis Multi Level Marketing (MLM)", *Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syariah*, Vol. 4, No. 1.
- Sameto, Hudoro. (2004). *Proses Pembuatan Marketing Plann*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Benny. (2003). *All About MLM- Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-Perniknya*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarwono Jonathan. (2012). *Metode Riset Skripsi*. Jakarta: Elex Media.
- Sembiring, Rasmulia, dan Lilis Sulastri. (2014). *Pengantar Bisnis*. Bandung: La Goods Publishing.
- Starterpack Buku Manual Cara Memulai dengan Benar
- Sudarsono. (2001). *Pokok-Pokok Hukum Islam*. Jakarta: Rineka Cipta, Cet. Ke-2.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi Hendi. (2002). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Press
- Syahiedah Asma Amaniya Syahiedah. (2016). *Penerapan Nilai Keadilan dalam Sistem Bagi Hasil pada Perusahaan MLM PT Inovasi Quantum di Yogyakarta*. Skripsi- Universitas Hasanuddin, MakasSar.
- Tanjung, Hendri. (2018). "Tinjauan Syariah Multi Level Marketing", *Mizan: Jurnal Ilmu Syariah* Vol. 1, No. 1.
- Tarigan, Azhari Akmal. (2002). "Ekonomi dan Bank Syari'ah." *FKEBI IAIN Sumatera Utara*, Medan.

- Tiens Indonesia, Membangun Aset Melalui 8 Tahap, <https://singalangitjaya.weebly.com/presentasi-standard.html> diakses pada tanggal 2 agustus 2021 pukul 13.00 WIB.
- Tiens Syariah, Distributor Handbook TIENS (Pedoman Memulai Bisnis TIENS)
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardi Muslich, Ahmad. (2010). Fiqh Muamalat. Jakarta: AMZAH.
- Wawancara dengan Ahmad Rifai, Distributor Tiens Syariah bintang 6, pada 10 Juli 2021, pukul 10.00 WIB.
- Wawancara dengan Ana Nisa'atul Hikmah yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 8. Pada 03 Juli 2023 pukul 11.30 WIB.
- Wawancara dengan bapak Abdul Sattar yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 dan merupakan dosen UIN Walisongo Semarang. Pada 14 Juli 2021 pukul 10.30 WIB.
- Wawancara dengan bapak Seno Arie yang merupakan distributor Tiens Syariah, Peringkat bintang 6 sekaligus pemilik stokis di Semarang, pada 15 Juni 2021, pukul 10.00 WIB.
- Wijaya Andreas Laste. (2021). Penerapan Akad Ju'alah dalam Referral Bonus MLM Menurut Ulama' Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Orifflame Jaringan Desty di Purbalingga). Skripsi -UIN Prof. KH. Syaifudin Zuhri, Purwokerto.
- Wijayanti Karimah. (2020). Implementasi Akad Ju'alah Dalam Bisnis Multi Level Marketing Syariah (Studi Kasus di Bisnis Tiens). Skripsi-UIN Walisongo Semarang.
- Winarti Indry Setyo. (2020) "Sistem Multi Level Marketing MLM Pada PT Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari'ah". Skripsi- IAIN Purwokerto.
- Yusuf, Muhammad, dan Wiroso. (2007). Bisnis syariah. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Transkrip Wawancara

Nama :Seno Arie

Waktu : 15 Juni 2021

Penulis : sejak tahun berapa bapak sudah bergabung di Tiens dan apa peeringkat yang anda dapatatkan saat ini?

Narasumber : Bergabung di tiens sejak 2015 peringkat bintang 6 menuju bintang 7

Penulis : Apakah pak seno dapat menjelaskan kepada saya terkait profil PT Tiens?

Narasumber :baik mbak, untuk profil Tiens sedikit saya jelaskan, Tiens sudah berdiri sejak tahun 1995 pendirinya adalah bapak Lee Jinyuan. ada sekitar 190 negara dan daerah yang terdaftar, dan negara Indonesia merupakan negara ke 112 yang masuk pada tahun 2000 dan resmi diterima oleh kepala negara. Pada tahun itu Mr. Lee diterima oleh bapak Hamzah Haz selaku wakil presiden RI ke-9 dan dinyatakan sebagai syariah prodaknya oleh MUI dan benar-benar bersifat menguntungkan orang-orang yang menjalankan bisnisnya. Mungkin begitu mbak secara singkatnya ya, terimakasih.

Penulis : baik pak, terkait dengan Tiens di Indonesia itu produknya ditetapkan syariah oleh MUI itu sejak tanggal berapa pak?

Narasumber : untuk produk tiens diresmikan oleh MUI itu tanggal 14 januari tahun 2013. MUI menyelenggarakan konferensi khusus untuk tiens yang dihadiri oleh bapak KH. Ma'ruf Amin selaku ketua MUI pada tahun itu, dan dihadiri juga oleh Mr. Lee langsung ya, jadi memang mr.lee itu selalu menghadiri dalam konferensi. Jadi ya benar-benar tiens itu baik secara produk itu berkualitas dan secara bisnis itu juga menguntungkan orang-orang yang menjalankan bisnis di tiens, jadi ya beda sekali dengan sistem multi level marketing yang ada di bisnis lain. Itulah yang membedakan tiens dengan bisnis lain, begitu mbak.

Penulis : kemudian apa visi dan misi Tiens pak?

Narasumber : untuk visi dan misi tiens ya, untuk visinya pertama tiens harus menjadi pemimpin dunia dalam industri penjualan langsung untuk pasar-pasar. Sistem bisnisnya Direct selling untuk menawarkan produk-produk tiens. Misinya menyediakan produk berkualitas serta menyediakan peluang pendidikan dan sosial bagi para konsumen global di dunia untuk meningkatkan taraf hidup mereka serta meningkatkan taraf hidup mereka serta menciptakan masyarakat yang lebih sehat begitu mbak, itu intinya misi dari Tiens.

Penulis : baik pak, kalau MLM kan identik dengan perjenjangan atau tingkatan, nah bisa dijelaskan tingkatan dari yang paling bawah sampai yang teratas pak?

Narasumber : baik mbak saya jelaskan MLM di Tiens ya, jadi jenjang MLM ya semua kan berawal dari jenjang biasa, ketika kita mendaftar pertama kali itu kan membership ya, dengan syarat pembelian minimal 1 produk plus membership seharga 99.000 nah disitu contoh mbak risa ya, nah mbak risa sudah berhak mendapatkan potongan harga produk kami dari membership itu. Untuk jenjang berikutnya kan berdasarkan poin, istilahnya poin value. Misalkan nanti menjalankan bisnis ini ya, setiap pembelian produk akan mendapatkan poin, Jika nanti poin yang dikumpulkan dari pembelian produk untuk konsumen lain nanti poinnya akan diakumulasikan. Jika sudah terkumpul 1300 poin, mbak risa akan menjadi bronz terus 1300 lagi itu akan naik menjadi silver member. Setelah silver akan mendapat potongan harga lagi. Otomatis di silver member itu masuk ke dalam kategori bintang 5, karena omset akumulasi dari penjualannya sekitar 2.600.000 kalau sekarang mungkin sekitar 3 jutaan. Ketika seiring berjalannya waktu 1 tahun 2 tahun anda menjalankan bisnis ini ada akumulasi poin lagi sekitar 2600 untuk naik ke gold, ketika akan naik ke platinum ada tambahan lagi 2600 poin. Ketika bintang 6 itu akumulasi poin sekitar 35.000 poin. Untuk bintang 7 akumulasi total semua dari awal member sampai bintang 7 dan ada syarat harus punya downline paling sedikit 2 sudah bintang 6. Dengan syarat punya tim di bawahnya minimal bintang 7. Setelah bintang 8 ada peringkat lagi, bisa saya katakan kita sudah tidak perlu bekerja karena tim sudah terkelola dengan baik. Itu

namanya bronz lion. Ada silver lion, gold lion. Disitu kita akan mendapatkan tambahan lagi namanya BSI (Bonus sharing internasional) dijenjang itu kita sudah menikmati hasil kita. Setelah itu kita ada jenjang lagi yaitu one diamond, 2 diamond, 3 – 4 diamond. Saat ini director di Indonesia sudah ada 2.

Itu mungkin sedikit jenjang yang saya jelaskan yang ada di MLM Tiens mulai dari member biasa, bronze, silver, gold platinum, terus naik ke bintang 6, 7, 8, dan kualifikasi tertentu, dan setelah bintang 8 ada bronz lion, silver lion, gold lion, nanti ada 1 diamond, 2 diamond, 3 diamond, 4 diamond, dan ada director juga disitu.

Transkrip Wawancara

Nama :Ahmad Rifai

Waktu : 10 Juli 2021

Distributor bintang 6, mempunyai anggota 200 orang

Penulis: Mas rifai masuk ke Tiens pada tahun berapa?

Narasumber :Masuk ke tiens pada tahun 2017 mulai disitu ada 3 sistem network, penjualan, reseler. Jadi di bisnis tiens itu kita diajari tentang sekolah pengembangan diri. Tentang bagaimana menjual produk dan merekrut orang

Penulis :Untuk jenjang karir di mlm tiens syariah itu bagaimana?

Narasumber :Pertama kita bergabung sebagai member biasa dengan melakukan pembelian produk senilai 99.000 +1 produk

Penulis :Bagaimana awal mula mas rifai bergabung dengan Tiens?

Narasumber :Pertama kita ditawari produk, kemudian kita diajak seminar untuk memperkenalkan usaha di Tiens ini, nah kemudian disitu dijelaskan akan mendapatkan keuntungan-keuntungan dan anda juga bisa berkembang. Nah untuk akadnya awalnya kan sudah ditawari diawal nah kalau sudah lihat bisnisnya sudah syariah dan aman lalu bergabung gitu, tidak ada pemaksaan.

Penulis :Untuk sistem pemberian bonus di tiens itu bagaimana antara member ke member?

Narasumber :jadi di Tiens itu ada 7 macam bonus yaitu bonus penjualan, bonus prestasi, bonus bimbingan, bonus kepemimpinan, bonus sponsor, bonus sharing internasional dan spesial reward. Selain mengajak orang, kita dapat keuntungan dari penjualan produk.

Transkrip wawancara

Wawancara dengan Bapak Abdul Sattar peringkat bintang 6 dan merupakan Dosen UIN Walisongo Semarang, 14 Juli 2021.

Penulis : menurut bapak, MLM itu bisnis yang bagaimana?

Narasumber :Multi level itu transaksi biasa, yang membedakan hanya dia berjenjang, menggunakan network, Jadi prinsip dalam jual beli dan syarat jual beli seperti tidak boleh ada dhoror, dhoror itu terpenuhi dalam bisnis mlm bukan money game. Nah kalau ciri utama money game itu member get member dan tidak ada penjualan di dalamnya. Beda dengan MLM, di dalamnya kita belanja barang dan membership. Nah barang itu mau dikonsumsi sendiri boleh, mau dikasih orang lain boleh, dan mau dijual lagi jual boleh malah kita dapat untung.

Penulis : Bagaimana bisnis MLM itu pak?

Narasumber :Kalau MLM itu seperti transaksi biasa, kita belanja menyerahkan uang kemudian dapat barang senilai uang yang kita serahkan. Untuk pendaftaran menyerahkan uang Rp.99.000 itu untuk membership, perusahaan tidak dapat uang dari pendaftaran tersebut, karena untuk lisensi distributor. Kemudian kita bisa memilih paket ada bronze, silver, gold, platinum. Kita bisa belanja sesuai dengan pilihan paket itu. Disini tidak ada yang dirugikan karena orang mengeluarkan uang dan dapat barang.

Kalau dimoney game ada barang itu sebenarnya hanya kedok saja, nilainya tidak sesuai dengan uang yang dikeluarkan untuk bergabung ke money game.

Penulis : Bagaimana Pembagian bonus di Tiens ini pak?

Narasumber :Komisinya dari mana? Nah komisinya yaitu kalau kita sudah membuat orang lain join dan melakukan belanja produk. Nah perusahaan memberikan komisi karena distributor sudah membantu perusahaan dalam penjualan barang. Sama dengan dikonvensional itu agen mengambil barang ke produsen dan harga agen pertama ke agen ke dua itu beda. Nah itu yang

dipangkas di bisnis MLM ini, bisnis MLM tidak ada iklan, sehingga margin yang semula dipakai untuk titik-titik distribusi itu dipangkas dan diolah oleh perusahaan kembali dalam bentuk bonus.

Penulis :Apakah dalam bisnis Tiens itu sudah halal pak?

Narasumber :Kalau sertifikat halal dari MUI itu sudah selesai dari awal Tiens ada di Indonesia. Jadi produknya bersertifikat halal dari BPOM dan MUI karena bahan bakunya dari tumbuhan, bukan dari hewani.

Penulis :Untuk bagi hasilnya itu bagaimana pak?

Narasumber :Iya yang jelas paketnya naik, presentasinya naik juga. Sekarang ada bonus paket dan bonus peringkat. Di Tiens yang dijadikan patokan / standar itu BV bukan nilai rupiah, karena nilai rupiah fluktuasinya sering berubah-ubah. Bronze sponsori 1 orang bronze (1.300.000) dapatnya 130.000 karena dikalikan (10%), jika paketnya naik presentasinya naik lagi. Bonus sponsoring dan bonus penjualan, kalau bonus penjualan itu tergantung peringkat Di MLM Tiens yang join duluan tidak pasti peringkatnya tinggi dan bonusnya lebih banyak, jadi keadilannya disini “Al-ajru Biqodri Ta’ab”

- a. Tidak selalu yang join duluan peringkatnya lebih tinggi
- b. Tidak selalu yang join duluan uangnya lebih banyak
- c. Tidak selalu yang join duluan dapat rewardnya lebih duluan
- d. Orang dihargai sesuai dengan kerja kerasnya

Jadi ingat, diusaha ini bisnisnya membangun aset bukan mencari uang.

Penulis :Berarti penentuan bagi hasilnya itu dari perusahaan ya pak.?

Narasumber :Jadi di tiens itu ada 2 omset, ada omset paket membership ada omset paket penjualan atau pembelian pribadi. Jadi di sini tidak ada tipu menipu, karena sekarang modelnya sudah online semua. Modelnya itu vshare: sistem kendali yang dikeluarkan oleh perusahaan. Misal saya belanja 3 juta itu selang 1 jam anda bisa dicek apakah sudah dientri belum pembelian saya, nah itu kalau belum dientri anda bisa cek kok omset saya belum masuk ya. Nah

sekarang tidak bisa nipu, ketahuan. Termasuk vshare itu selain ngecek pembelanjaan bisa juga untuk ngecek bonus, dan jaringan ada rinciannya semua.

Di tiens itu ada 2 institusi yang 1 one vision dan Tiens

Tiens itu perusahaan penyedia barang, yang ngasih bonus, dst. Dan one vision itu sekolah bisnis, dia yang memberikan cara bagaimana melakukan membangun jaringan, training leadership. Kadang dua-duanya sama-sama memberikan reward. Dan semuanya ada syaratnya untuk mendapatkan bonus. Ada kualifikasinya, ada royal, cround, ambasador, magisti. Kualifikasi dionevision itu dibuat agar bisnisnya sehat (jalan dengan baik).

Transkrip wawancara

Nama : Seha Salsabila

Semester 3 UIN Walisongo

Gabung awal kuliah semester 1, bintang 6

Penulis : Sejak kapan bergabung dengan Tiens?

Narasumber : Awal bergabung saat awal menjadi maba ada teman yg menawarkan bisnis tiens, bertemu dengan mentor kemudian dijelaskan cara kerjanya lalu ikut seminar.

Penulis : Tiens itu bisnis yang seperti apa?

Narasumber : Bisnis yang fleksibel mbak, bisa dikerjakan sambil kuliah.

Penulis : Apa saja bonus yang ada di tiens?

Narasumber : 7 jenis komisi. Bonus sponsor langsung merekrut orang. Bonus pasangan. Bonus bimbingan, minggu pertama dapat komisi bonus pasangan terus minggu ke 4 komisi bimbingan bisa cair kalau mendapat komisi pasangan lagi. Bonus penjualan, keuntungan dari penjualan yang paling besar. Bonus kepemimpinan, didapat para bintang 8 keatas. Bonus sharing internasional, bonus yang didapatkan oleh para lion keatas yang didapatkan tiga bulan sekali sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Spesial cash reward senilai 2,5 M. (misal ada reward uang tunai, motor atau mobil, free trip) dari perusahaan kalau mau dapat harus memenuhi kualifikasi yang sudah ditentukan.

Penulis : Apakah yang sudah didapatkan selama bergabung dengan tiens dan apakah sudah sesuai dengan mekanisme pembagiannya?

Narasumber : Bonus sponsor, Bonus Pasangan 2x, Bonus Penjualan dapat awal bintang 6

Penulis : Apakah pembagian bonus sudah adil dan sesuai?

Narasumber : Menurut saya sudah sesuai tapi ada beberapa yang belum sesuai. Harusnya yang paling banyak bonusnya dipenjualan, tetapi dilapangan lebih ke bonus sponsor dan pasangan yang dikejar, padahal dipenjualan bonusnya sangat besar, itu di tim saya ya mbk. Jadi tidak terlalu mengejar bonus penjualan, padahal lumayan hasilnya jika ditekuni di penjualan itu. Intinya hanya fokus ke perekrutan

Penulis :Apakah pengaplikasian pada bisnis tiens sudah memenuhi syariat islam?

Narasumber :Sudah adil, karena sudah tersedia aplikasi vshare, antara downline sama upline itu sudah adil. Tidak ada yang ditutupin karena sudah transparan semua di aplikasi vshare.Cuman dalam tim saya di semarang itu fokusnya hanya di perekrutan bukan di penjualan,beda dengan tim yang lain yang fokus juga dengan penjualan produk. Jadi itu tergantung masing-masing tim ya mbak.

Transkrip Wawancara

Nama :Ana Nisa'atul Hikmah, Asal Pucangrejo Kendal.

Waktu : 3 Juli 2023

Penulis :Sejak kapan bergabung dengan Tiens?

Narasumber :Awal join tiens di taiwan saat menjadi tkw 2015, saya kenal tiens saat itu karena pengen produknya saat itu bulek saya sakit jadi saya beli produknya. Akhirnya gabung menjadi member, namun pada saat itu saya hanya memakai produknya saja, tidak menjalankan bisnisnya. Saya aktif menjalankan bisnisnya tahun 2019 saat sayapulang ke indonesia sampai saat ini.

Penulis :Tiens itu bisnis yang seperti apa?

Narasumber :Setahu saya yang pengen join itu yang pertama pengen produknya yg ke 2 ternyata dari produk itu kita bisa menghasilkan uang. Saat ini saya peringkat bintang 8.

Penulis :Apa yang membuat tertarik bergabung dengan Tiens?

Narasumber :Kenapa saya tertarik dengan tiens, karena bagus produknya . kebetulan saya lewat tiens penyakit ambien saya bisa sembuh tanpa operasi. Saat ditaiwan saya pengen jadi pengusaha. Jadi menurut saya usaha yang paling mudah ya di tiens ini, karena tidak perlu stok produk, tidak perlu buka toko, jadi cara kerjanya cukup lewat hp lebih fleksibel, kita bisa kerjasama dengan teman-teman perantau yang lain lewat online. Penjualannya itu bisa lewat tiktok, facebook, dan instagram.

Penulis :Apakah yang sudah didapatkan selama bergabung dengan tiens dan apakah sudah sesuai dengan mekanisme pembagiannya?

Narasumber :Reward yang saya dapatkan bonus penjualan, bonus pasangan, bonus sponsor, bonus bimbingan, cash reward convention 2,6 jt, kemudian reward

hp dari onevision, wonderfull trip, dan pemasukan itu kira-kira ada 2 juta dari tiens.

Penulis :Apakah pembagian bonus sudah adil dan sesuai?

Narasumber :Menurut saya sudah adil karena setelah ada aplikasi vshare yang didalamnya kita bisa melihat berapa bonus yg kita dapatkan per hari ini, atau mingguan atau bulanan. Menurut saya enakya di Tiens itu kita bisa mendapat bonus harian dari menjual produk dan mingguan. Pembagian bonus di tiens sudah dijelaskan semua di vshare.

Penulis :Apakah pengaplikasian pada bisnis tiens sudah memenuhi syariat islam?

Narasumber :Pengaplikasiannya sudah sesuai mbk. Karena sudah sesuai dengan prosedur yang nyata.

Transkrip Wawancara

Nama :Nadya Aurasari ningrum

Waktu : 23 Mei 2023.

Penulis :Sejak kapan bergabung dengan Tiens?

Narasumber :Bergabung sejak 2022, posisi saat ini bintang 6

Penulis :Apa yang membuat tertarik bergabung dengan Tiens?

Narasumber :Yang membuat tertarik bergabung karena tiens mnyediakan sister membangun aset atau jaringan.

Penulis :Apakah yang sudah didapatkan selama bergabung dengan tiens dan apakah sudah sesuai dengan mekanisme pembagiannya?

Narasumber :Bonus sponsor, bonus penjualan, bonus trip dalam negeri, dan saya mendapatkan laptop, tetapi karena pada saat itu sedang pandemi covid19 makalaptopnya ditukar dengan uang senilai harga laptop.Yang didapat sudah sesuai dengan ketentuan yang ada di tiens.

Penulis :Apakah pembagian bonus sudah adil dan sesuai?

Narasumber :Menurut saya sudah adil dalam pembagian bonus. Menurut saya sudah sesuai, dari yang saya baca di buku panduan tentang latar belakang tiens itu sudah mendapat izin dari MUI dan bersertifikat halal. Jadi tidak diragukan lagi ya mbak.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Pendiri TIENS, Mr. Li Jinyuan



TIENS INDUSTRIAL PARK di Tamjin, China





Dokumentasi wawancara dengan para distributor TIENS

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Risa Hibatul Arifah
Tempat/Tanggal Lahir : Kendal, 07 April 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Gang Kauman Rt. 02/ Rw. 02 Desa Pucangrejo,
Kecamatan Gemuh, Kabupaten. Kendal. (Kode Pos
51354).
Email : risahibatul070499@gmail.com

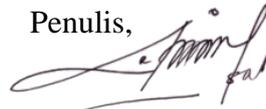
Riwayat Pendidikan Formal

1. MI NU 21 Pucangrejo Gemuh : Tahun Lulus 2011
2. MTs. Uswatun Hasanah Semarang : Tahun Lulus 2014
3. MA. Uswatun Hasanah Semarang : Tahun Lulus 2017

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya,
untuk digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Semarang, 18 Juni 2024

Penulis,



Risa Hibatul Arifah

1705026137