



Strategi *Repositioning* Bisnis *Multi Level Marketing* dan Tinjauan dari Perspektif Syari'ah

Iwan Fahri Cahyadi

IAIN Kudus

iwanfahri@iainkudus.ac.id

Abstract

In the last few years this business with the concept of multi level marketing is growing and thriving in Indonesia. In terms of positive law and legal religion, MLM business does not violate the rules. But early in the year 2019, MLM business again got the attention, namely the existence of recommendations of one of Indonesia's largest religious organization. In March 2019 in the closing of the National Congress of scholars conferences Nahdlatul Ulama (NU) at boarding schools Miftahul Huda Al-Azhar, Citangkolo, Banjar, West Java, that MLM business is unlawful. According to Marimin et al., (2016:7) in the journal entitled "business-Level Marketing (MLM) in Islamic view" expressed the basically, legal MLM is determined by the shape of the muamalatnya. If muamalat contained therein is not incompatible with the muamalat Islamic jurisprudence, then the MLM absahlah. However, if muamalatnya is contrary to the Islamic jurisprudence, then the MLM haramlah. Based on the difference of the two opinions it then the purpose of this research is studying and reviewing of legal MLM business MLM businesses and how to repair the company's image over the view that illegitimate MLM business. Qualitative research methods by examining literature, books, journals and other data. From the results of the study that the conclusion that the binis haram is a type of MLM money games.

Keywords: *Multi Level Marketing, Money Game, Repositioning, Shari'ah, Haraam*

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir bisnis ini dengan konsep multi level marketing tumbuh dan berkembang di Indonesia. Dalam hal hukum positif dan hukum agama, bisnis MLM tidak melanggar aturan. Tetapi pada awal tahun 2019, bisnis MLM kembali mendapat perhatian, yaitu dengan adanya rekomendasi salah satu organisasi keagamaan terbesar di Indonesia. Pada bulan Maret 2019 dalam penutupan Kongres Nasional ulama konferensi besar Nahdlatul Ulama (NU) di pondok pesantren Miftahul Huda Al-Azhar, Citangkolo, Banjar, Jawa Barat, bahwa bisnis MLM adalah haram. Menurut Marimin et al., (2016:7) dalam Jurnal yang berjudul "Bisnis Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam" menyatakan pada dasarnya, hukum MLM ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung di dalamnya adalah muamalat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka absahlah MLM tersebut. Namun, jika muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM tersebut. Berdasarkan perbedaan dua pendapat ini maka penelitian ini adalah menelaah dan mengkaji tentang hukum bisnis MLM dan cara pebisnis MLM memperbaiki citra perusahaan atas pandangan bahwa bisnis MLM haram. Metode penelitian secara kualitatif dengan mengkaji literature, buku, jurnal dan data-data lainnya. Dari hasil kajian bahwa diperoleh kesimpulan bahwa binis MLM yang haram adalah jenis money game.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing, permainan uang, reposisi, syari'ah, Haram*



PENDAHULUAN

Beberapa bulan yang lalu, tepatnya pada bulan Maret 2019 dalam acara Musyawarah Nasional (Munas) Alim Ulama dan Konferensi Besar Nahdlatul Ulama (NU) di Ponpes Miftahul Huda Al-Azhar, Citangkolo, Banjar, Jawa Barat pada saat penutupan merekomendasikan 5 (lima) hal, dan salah satunya adalah bahwa Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) haram hukumnya. Hal ini didasari karena *money game* mengandung unsur manipulasi, tipu daya, tidak transparan, pihak yang dirugikan, syarat yang menyalahi prinsip akad Islam, bukan barang tapi bonus, maka hukumnya haram (Suara Merdeka, Sabtu, 2 Maret 2019).

Menurut Marimin el al., (2016: 7) dalam Jurnal yang berjudul "Bisnis Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam" menyatakan pada dasarnya, hukum MLM ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung di dalamnya adalah muamalat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka absahlah MLM tersebut. Namun, jika muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM tersebut.

Benarkah bisnis MLM mengandung unsur haram? Kalau memang ada unsur haram di bagian mana dan jenis bisnis MLM apa yang tergolong haram tersebut? Pertanyaan-pertanyaan ini perlu dijabarkan secara rinci, jelas, dan komprehensif sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang utuh dan tidak mudah menjustifikasi bahwa seluruh bisnis MLM adalah haram. Informasi yang sifatnya sepotong dan tidak utuh dari media cetak tentu perlu diklarifikasi. Bagi pebisnis MLM, stigma negatif ini tentu merugikan bagi kelangsungan usahanya kalau tidak diinformasikan secara utuh, apalagi ini adalah rekomendasi dari salah satu organisasi keagamaan terbesar di Indonesia. Seperti diketahui, hampir sebagian besar jumlah penduduk di Indonesia memeluk agama Islam. Apabila masyarakat tidak memperoleh informasi yang utuh maka dapat berakibat fatal bagi pebisnis MLM bahkan bisa menjadikan *collaps*.

Bisnis adalah suatu asset (*wealth management*) yang perlu dikelola dengan baik dan profesional dengan memperhatikan kondisi lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi. *Wealth management* secara harfiah sering diartikan sebagai manajemen kekayaan, pada dasarnya merupakan pengelolaan keuangan dan kekayaan, tidak terbatas dalam hal melakukan investasi, namun termasuk mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan pribadi atau operasional perusahaan (Tim Gagasan Bisnis Indonesia, 2014).

Tentunya bagi pebisnis dalam operasionalnya tidak akan gegabah melakukan tindakan-tindakan yang menciderai lingkungannya. Bila ini dilakukan maka risikonya sudah jelas, yaitu akan berdampak bagi kerugian usahanya. Demikian pula bagi mereka yang berbisnis MLM harus mampu menyesuaikan kondisi lingkungan yang ada. Bagi pebisnis MLM, tentu rekomendasi dari NU harus dijelaskan kepada masyarakat secara utuh atau perusahaan yang bergerak dalam bisnis ini harus melakukan strategi *repositioning* bisnis MLM-

nya sehingga stigma negatif dapat dihilangkan dan bisnisnya tetap bisa berjalan.

Konsep MLM sendiri sebenarnya tidak melanggar aturan syariah. Bisnis dalam syari'ah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalat yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaidah fiqh, "*Al-Aslu fil Muamalah al-ibadah hatta yadullad dalilu 'ala tahrimiha*" (pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil/prinsip yang melarangnya). Islam memahami bahwa perkembangan sistem dan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasar kaidah fiqh di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Namun, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidaktepatan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak) yang menjadi mitranya (Muhamad, 2017).

Dari beberapa pendapat di atas terjadi pertentangan. Lalu bagaimana sebenarnya konsep bisnis MLM itu? Apakah bisnis MLM bertentangan dengan syari'ah Islam sebagaimana yang direkomendasikan NU atau bisnis MLM tidak haram? Lalu apa strategi yang harus dilakukan para pebisnis MLM untuk melakukan *repositioning* bisnisnya sehingga masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam tetap percaya dan tidak ragu-ragu lagi dalam menjalankan bisnis MLM?

Berdasarkan kondisi perbedaan pendapat tersebut maka tujuan penelitian ini adalah menelaah dan mengkaji tentang hukum bisnis MLM dan cara pebisnis MLM memperbaiki citra perusahaan atas pandangan bahwa bisnis MLM haram atas rekomendasi salah satu organisasi keagamaan, dalam hal ini NU.

KAJIAN LITERATUR

Pada tahun 1930-an terjadi gejolak perekonomian dunia, Amerika mengalami resesi besar-besaran sehingga pada waktu itu perusahaan yang mengalami dampak krisis tersebut hanya mampu memproduksi barang (produk), namun tidak melakukan promosi dan distribusi. Sebab diketahui biaya operasional yang sangat tinggi serta daya beli masyarakat Amerika pada waktu itu sangat minim sekali.

Hingga akhirnya lahirlah sebuah ide yang saat itu terlihat biasa-biasa saja. Ide itu sederhana sekali: bagaimana kalau konsumen itu yang mempromosikan dan menjual produk sehingga para konsumen tadi dapat menerima *income* selain produk yang ia beli? Dan *income* yang didapat oleh konsumen tadi diambil dari biaya promosi dan distribusi.

Perusahaan yang pertama menggunakan konsep MLM adalah *Nutrilite*. Karena pada masa itu konsep MLM tergolong baru, sulit sekali bisa menerima konsep bisnis seperti ini sehingga konsep ini dinyatakan ilegal. Di saat perkembangan *Nutrilite* mendapat masalah muncul perusahaan kedua dengan konsep yang sama, yaitu *Amway Corporation*.

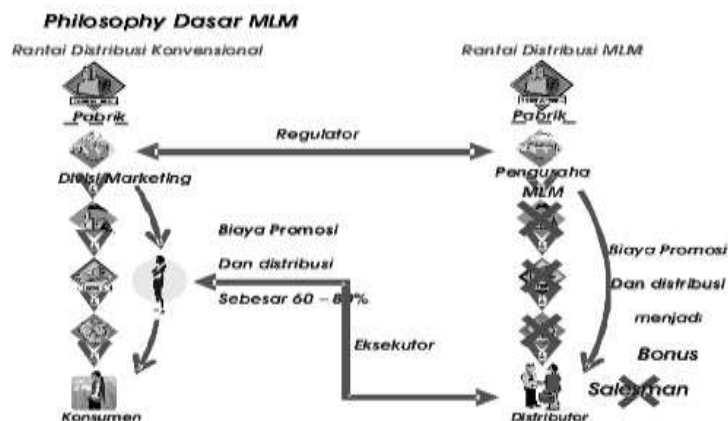
Perusahaan *Amway* kemudian mengambil alih perusahaan *Nutriline*. Pada tahun 1953, perusahaan *Amway* mendapat pengakuan dari pemerintah Amerika dan dinyatakan bahwa konsep pendistribusian secara langsung dapat disahkan kelegalannya. Bersamaan dengan itu Dr. Forrest Shaklee, seorang distributor yang telah cukup berhasil, mendirikan perusahaan sejenis yang bergerak dibidang kesehatan. Perusahaan ini diberi nama *Shaklee*. Perusahaan ini bergerak dan berkembang sangat maju sehingga menjadi perusahaan multinational. Kemudian *Amway* dan *Shaklee* mulai melakukan ekspansi ke negara Inggris pada pertengahan 1970-an.

Di Indonesia sendiri perusahaan MLM pertama lahir pada tahun 1986, yang berdiri di Bandung dengan nama PT. Nusantara Sun Chlorella Tama yang kemudian berganti menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang, yang biasa disebut CNI. Perusahaan CNI terbilang cukup berani dengan melakukan ekspansi ke negara tetangga seperti Malaysia, Hongkong dan Amerika. Sementara itu, banyak juga pengusaha yang ingin mendirikan perusahaan MLM di Indoensia, terutama dari Malaysia dan Cina karena dilihat dari jumlah penduduk sebanyak 250 juta jiwa saat itu, Indonesia merupakan lahan subur bagi perusahaan MLM.

Pada saat itu, Undang-Undang sendiri belum ada yang mengatur tentang MLM. MLM yang ada berkembang hanya menggunakan kode etik yang diorganisir oleh suatu asosiasi (Wuryando, 2012).

Filosofi Dasar MLM

Secara ringkas dapat diuraikan perbedaan antara konsep bisnis secara konvensional dan konsep bisnis MLM sebagai berikut ini,



Sumber : Wuryando (2012)

Dari gambar di atas dapat diuraikan bahwa dalam bisnis konvensional yang berawal dari pabrik kemudian turun ke divisi *marketing* (*promotor, advertising, couriers*), lalu ke konsumen. Pada saat produk-produk masuk divisi *marketing* jelas sangat membutuhkan biaya besar mencapai 60%-80%. Semua biaya-biaya tersebut yang menanggung adalah konsumen.

Kondisi bisnis konvensional berbeda dengan bisnis MLM. Pada rantai distribusi MLM yang pertama melalui pabrik kemudian perusahaan MLM (*regulator*), dan langsung ke distributor. Pada distribusi MLM tidak membutuhkan divisi *marketing* jadi biaya yang dikeluarkan dalam divisi *marketing* dialihkan dalam bentuk bonus yang diberikan kepada distributor *independent* (*member* MLM). Kesimpulannya, kita bisa melihat dari ilustrasi tadi bahwa produk yang dijual perusahaan konvensional lebih mahal daripada produk yang dijual melalui perusahaan MLM.

Konsep bisnis MLM bisa diartikan juga dengan konsep *amal jariyah* dalam Islam. Artinya, barangsiapa yang melakukan dan mengajarkan kebaikan kepada orang lain, maka akan menerima pahala. Dan bilamana orang yang kita ajarkan tadi melakukan dan mengajarkan kebaikan kepada orang lain, maka akan mendapat pahala. Begitu juga orang yang pertama tadi dan seterusnya, tetapi yang perlu diingat adalah porsi pahala tetap sama atau tidak ada pengurangan.

Fakta-Fakta Mengenai Bisnis MLM

Seperti yang tertulis dalam buku *The Cash Flow Quadrant* (Kiyosaki, 2014) kalau anda ingin membangun kerajaan bisnis anda dan mempersiapkan kekayaan yang mengarah pada kebebasan finansial, maka bisnis MLM adalah salah satu alternatif untuk membangun asset yang memberikan anda penghasilan pasif (*pasif income*). Walaupun tidak membutuhkan modal besar dan tanpa risiko yang berarti, bisnis MLM atau *Network Marketing* merupakan bisnis yang siap pakai. Kita tinggal mengikuti sistem yang sudah ada dan menduplikasikannya kepada rekan (*partner* bisnis) kita.

Seorang pakar ekonomi dunia Paul Zane Pilzer (2002) juga menuliskan dalam buku *The Wellnes Revolution*, "*Peluang bisnis terbesar sekarang tersedia lewat distribusi bukan lagi manufacturing, maka kekayaan menunggu mereka yang dapat mengurangi ongkos reklame dan distribusi*". Sampai saat ini satu-satunya bisnis besar dan tidak membutuhkan biaya promosi dalam bidang distribusi adalah MLM atau *Network Marketing*.

Dari sudut pandang yang lain kita juga bisa melihat, bahwa MLM tidak heran memang menjadi salah satu dari mata pencaharian untuk mendapatkan penghasilan adalah melalui perdagangan. Tidak sia-sia yang dilakukan Nabi Muhammad SAW, bahwa beliau sejak kecil adalah seorang pedagang. Begitu pun juga, sembilan per sepuluh dari rejeki ada dalam perdagangan. Pada saat Nabi Muhammad ditanya, "*Mata pencaharian apakah yang paling baik ya Rasulullah?*". Jawab beliau: "*Ialah seseorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih*" (HR. Al-Bazzar).

Al-Qur'an dengan tegas mengatakan bahwa, diharamkan riba dan diharamkan jual beli (QS. Al-Baqarah 275), mengapa kita tidak mengembangkan jual beli ini sebagai mata pencaharian utama? Padahal sembilan dari sepuluh pintu rejeki ada pada jual beli ini.

MLM adalah bisnis murni. Seseorang distributor MLM membeli produk di tempat yang ditentukan oleh perusahaan kemudian dijual kepada para

konsumen. Jadi, ada unsur jual belinya (*tijarah*). Bedanya dengan jual beli biasa adalah disamping menjual sendiri, juga mengajak orang lain untuk melakukan pekerjaan yang sama. Orang tersebut dilatih dan dibina. Karena jasa mengajak, mengajar dan membina orang lain yang diajak tersebut pantas diberikan komisi dari omzetnya. Orang yang diajak tadi boleh lagi mengajak kenalannya. Karena mengajak beberapa jenjang ke bawah di sebut "*multi level*", berjenjang banyak. Tetapi secara keseluruhan adalah menjual, berbisnis. "Ada produk yang dijual, jadi merupakan bisnis murni". Jadi, kalau ada yang mengatakan MLM itu haram perlu dikaji ulang pada bagian mana bisnis MLM itu haram? Atau jangan-jangan sebenarnya mereka berbisnis *money game* yang berkedok MLM.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yaitu memandang realitas sosial sebagai suatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (Narbuko, *et.al*, 2002). Metode kualitatif bersifat diskriptif, yakni data yang terkumpul berbentuk kata atau gambar, tidak hanya menekankan pada angka (Sugiono, 2008). Adapun pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi yaitu metodologi kualitatif yang mengizinkan peneliti menerapkan dan mengaplikasikan kemampuan subyektif dan interpersonalnya dalam proses eksploratori (Alase, 2017). Adapun sumber data diperoleh dari data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan dokumen, jurnal, hasil penelitian, buku, dan peraturan pemerintah (Basrowi, 2008).

PEMBAHASAN

Sistem Bisnis MLM dan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional

MLM adalah cara pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran bertingkat (levelisasi) mengandung unsur-unsur positif, asalkan diisi dengan nilai-nilai Islam dan sistemnya disesuaikan dengan syari'ah Islam. Bila demikian, MLM dipandang memiliki unsur-unsur silaturahmi, dakwah, dan *tarbiyah*. Menurut Muhammad Hidayat, Dewan Syariah MUI Pusat, metode semacam ini pernah digunakan Rasulullah SAW dalam melakukan dakwah Islamiyah pada awal-awal Islam. Dakwah Islam pada saat itu dilakukan melalui teori *word of mouth* (mulut ke mulut) dari sahabat satu ke sahabat lainnya. Sehingga pada suatu ketika Islam dapat diterima oleh masyarakat kebanyakan.

Bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekadar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing fee*, bonus, hadiah, dan sebagainya, tergantung antara produsen dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fiqh Islam hal ini disebut *Samsarah/Simsar*. Kegiatan *samsarah* dalam bentuk distributor, agen, *member* atau mitra niaga

dalam fikih Islam termasuk dalam akad *ijarah*. *Ijarah* yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (*ujrah*). Semua ulama membolehkan akad seperti ini.

Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi MLM harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun *syubhat*), memenuhi kualitas dan bermanfaat. MLM tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalhnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan. MLM konvensional tentulah belum bisa disebut syariah, kecuali lolos sekian syari'at kesyari'ahan, namun demikian MLM syariat hendaknya tidak bertentangan dengan hukum positif.

Perusahaan MLM biasa memberi *reward* atau insentif pada mereka yang berprestasi. Islam membenarkan seseorang mendapatkan insentif lebih besar dari yang lainnya disebabkan keberhasilannya dalam memenuhi target penjualan tertentu, dan melakukan berbagai upaya positif dalam memperluas jaringan dan tingkatannya secara produktif. Kaidah ushul fiqh mengatakan: "*Besarnya ijarah (upah) itu tergantung pada kadar kesulitan dan pada kadar kesungguhan*".

Penghargaan ke pada *Up Line* yang mengembangkan jaringan (level) di bawahnya (*Down Line*) dengan cara bersungguh-sungguh, memberikan binaan (*tarbiyah*), pengawasan serta keteladanan prestasi (*uswah*), memang patut dilakukan. Atas jerih payahnya itu ia berhak mendapat bonus dari perusahaan, karena itu selaras dengan sabda Rasulullah: "*Barangsiapa di dalam Islam berbuat suatu kebajikan maka kepadanya diberi pahala, serta pahala dari orang-orang mengikutinya tanpa dikurangi sedikitpun*".

Insentif diberikan dengan merujuk skim *ijarah*. Insentif ditentukan oleh kedua kriteria, yaitu dari segi prestasi penjualan produk dan dari sisi berapa banyak *downline* yang dibina sehingga ikut menyukseskan kinerja. Dalam menetapkan nilai insentif ini, ada tiga syarat syariah yang harus dipenuhi, yakni: adil, terbuka, dan berorientasi *falah* (keuntungan dunia dan akhirat). Insentif (bonus) seseorang (*up line*) tidak mengurangi hak orang lain di bawahnya (*downline*), sehingga tidak ada yang dizalimi. Sistem insentif juga harus transparan diinformasikan kepada seluruh anggota, bahkan dalam menentukan sistemnya dan pembagian insentif (bonus), para anggota perlu diikutsertakan sehingga ada musyawarah dan penentuan sistem bonus tidak memihak (Muhammad, 2017).

Sementara itu Bisnis MLM syariah sendiri di Indonesia telah mendapatkan legitimasi dari Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pada tanggal 25 Juli 2009. Sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Adapun ketetapan fatwa tersebut:

Pertama : **Ketentuan Umum**

1. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
2. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
9. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
10. *Excessive mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.

11. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. Mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

Kedua: Ketentuan Hukum

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, *maksiat*;
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, *maksiat* dan lain-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;

12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Money Game Berkedok MLM

Money Game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perek-rutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

Di Indonesia sendiri beberapa tahun belakangan ini banyak perusahaan yang berkedok MLM untuk menjalankan bisnis *money game*. Ketika kedok mereka terbongkar maka tidak saja perusahaan tersebut yang harus berhadapan dengan hukum, namun nama bisnis MLM menjadi negatif di masyarakat maupun pemangku kebijakan. Banyak modus yang dilakukan oleh *money game*, misalnya investasi yang memberikan profit atau bunga yang tidak masuk akal sehat, artinya bunga yang diberikan jauh melebihi apa yang ditetapkan pemerintah dalam industri perbankan. Dalam operasinya, mereka menuntun debitur atau anggota untuk mencari anggota lain yang bersedia menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Demikian seterusnya anggota yang baru juga dituntut untuk mencari anggota lain. Selama *downline* mampu mencari anggota baru maka perusahaan akan mampu membayar *upline*, namun bunga (keuntungan) yang dibayarkan bukanlah dari aktivitas perusahaan itu dalam menghasilkan barang atau jasa untuk dijual, tetapi mengambil uang dari anggota-anggota baru yang ikut menanamkan dananya secara berjenjang. Dan hasilnya dapat diprediksi, ketika para *upline* tidak mampu mencari lagi *downline* maka keuangan perusahaan tersebut akan terhenti sehingga tidak mampu lagi membayar bunga kepada anggotanya.

Untuk melihat ciri bisnis *money game* paling tidak dapat dilihat beberapa hal seperti dibawah ini,

1. Uang Pendaftaran yang Besar

Biasanya Anda akan diminta untuk membayarkan sejumlah uang yang jumlahnya cukup besar untuk bergabung, sedangkan biaya pendaftaran bisnis MLM biasanya kecil. Jika memang biaya pendaftaran tersebut besar, cobalah lihat kira-kira apa saja yang bisa Anda dapatkan. Beberapa MLM akan memberikan Anda produk contoh untuk digunakan dalam menjual barang, sehingga cukup masuk akal jika biaya pendaftaran tersebut lebih mahal.

2. Lebih Fokus dalam Investasi Dana bukan Menjual Barang

Seringkali dalam bisnis *money game*, Anda hanya perlu menginvestasikan sejumlah dana dengan iming-iming *return* yang cukup besar, asalkan Anda mampu merekrut orang-orang baru (*downline*). Walaupun begitu, ada kalanya juga Anda bisa 'menjual' produk, namun produk yang dijual di *money game* biasanya produk yang sulit untuk dijual dan tidak bermutu, berbeda dengan produk yang dijual bisnis MLM yang kualitasnya terjamin dan memiliki izin BPOM ataupun sertifikat luar negeri seperti Oriflame dari Swedia, Amway dari Amerika Serikat, dan lain-lain.

3. Tidak tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dan juga *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA)

Jika memang bisnis yang ditawarkan kepada Anda memang betul-betul bisnis MLM, maka seharusnya bisnis tersebut memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dan izin edar produk dari BPOM, Depkes dan sebagainya. Sebelum bergabung dengan bisnis apapun, ada baiknya Anda mengecek dulu kredibilitas bisnis tersebut melalui daftar resmi yang dikeluarkan oleh asosiasi yang memang bersifat resmi. Jika memang bisnis tersebut memang benar-benar MLM terpercaya dan bukan sekedar skema *money game*, biasanya Anda bisa mencari tahu latar belakangnya melalui situs tersebut.

4. Lebih Fokus dalam Perekrutan *Member*

Bayaran yang diterima berasal karena perekrutan orang bukan dari penjualan barang, dan lebih menekankan kepada perekrutan *member*. Berbeda dengan MLM yang bayaran dan bonus yang diterima sesuai dengan kerja keras yang dilakukan anggotanya dalam menjual produk-produk. Jadi, semakin banyak *downline*, maka barulah semakin tinggi juga keuntungan yang bisa Anda dapatkan.

Bisnis *money game* hanya menguntungkan orang yang bergabung pertama kali dan orang yang bergabung belakangan biasanya bisa merugi. Hal ini bisa saja disebabkan karena perusahaan yang bangkrut ataupun pengurus yang kabur. Hal ini berbeda dengan bisnis MLM yang akan tetap menguntungkan anggotanya meskipun bergabung belakangan karena semua keuntungan dan bonus yang diperoleh berasal dari kerja keras individu dalam memasarkan produknya. Dalam praktiknya, biasanya pendiri bisnis *money game* tidak akan mengakui bisnisnya adalah *money game* dan akan menyebutnya sebagai bisnis MLM karena MLM akan lebih menarik banyak nasabah.

5. Tidak Melalui Pelatihan



Di *money game*, Anda tidak melalui pelatihan melainkan hanya diberi motivasi untuk menjadi *member* yang loyal. Lain halnya dengan bisnis MLM, tentu saja akan ada beberapa seminar motivasi supaya Anda lebih bersemangat dalam berjualan. Namun di samping itu, Anda juga akan diberikan pelatihan untuk meningkatkan keahlian Anda dalam memasarkan produk.

Agar tidak tertipu bisnis yang ditawarkan kepada Anda, ada baiknya Anda mengeceknya terlebih dahulu apakah bisnis tersebut benar MLM atau *money game*. Sebelum Anda bergabung menjadi salah satu anggota, Anda dapat mengenali bisnis yang akan Anda ikuti di situs Asosiasi Penjual Langsung Indonesia. Di situs tersebut disebutkan penjual legal yang terdaftar, legal, dan bukan merupakan bisnis *money game*. Cek kembali alamat kantor tempat bisnis itu dijalankan karena biasanya bisnis penipuan tidak memiliki alamat yang jelas.

Strategi Repositioning Pebisnis MLM

Tujuan dari strategi pemasaran adalah menanamkan citra positif produk pada benak konsumen atau yang biasa disebut *Positioning*. Secara lebih luas *positioning* adalah cara membangun citra atau identitas di benak konsumen untuk produk, merek atau lembaga tertentu dengan membangun persepsi relatif suatu produk terhadap produk lain.

Menurut Wahyu Saidi (2007), *Positioning* adalah upaya menanamkan citra produk di benak konsumen. Hal ini berkaitan dengan upaya membedakan produk dengan produk pesaing. Contoh *positioning statement* yang dimiliki oleh Da Vinci, yaitu *The Great Way to Live*. Da Vinci mencoba menguatkan posisinya di pasar sebagai furniture mewah bergaya klasik sehingga siapapun yang memiliki produk Da Vinci akan merasa dirinya hebat.

Karena penikmat produk adalah pasar, maka yang perlu dibangun adalah persepsi pasar. Reposisi produk sangat ditentukan dari sudut pandang mana konsumen melihat citra produk tersebut. Apabila kita menerapkan *family branding* dalam mengembangkan produk, maka keseluruhan citra perusahaan akan sangat berpengaruh atas citra produk.

Repositioning merupakan kegiatan yang melibatkan penggantian identitas produk, jalinan kompetitor yang ada dan mengubah citra yang ada di benak konsumen.

Depositioning merupakan kegiatan untuk mengganti jalinan kompetitor. Tujuannya adalah untuk mengganti segmen pasar. Kegiatan ini mengharuskan pemilik merek untuk mengubah citra produk yang ada di benak konsumen. Contoh paling nyata adalah dalam industri otomotif. Yamaha melakukan *depositioning* untuk produk Vega-R nya dari segmen menengah ke segmen ekonomis, sebagai pesaing langsung produk murah dari China, produk Supra Fit dari Honda dan Smash dari Suzuki.

a. Strategi Positioning Produk

Kemampuan untuk mengidentifikasi peluang *positioning* merupakan ujian yang berat bagi seorang pemasar. Keberhasilan suatu *positioning* biasanya berakar pada berapa lama produk tersebut mempunyai keunggulan bersaing. Menurut George Terry & Stephen G. Franklin, (1992) hal mendasar dalam membangun strategi *positioning* suatu produk adalah *positioning* pada fitur spesifikasi produk, *positioning* pada spesifikasi penggunaan produk, *positioning* pada frekuensi penggunaan produk, *positioning* pada alasan mengapa memilih produk tersebut dibanding pesaing, *positioning* melawan produk pesaing, *positioning* dengan melakukan pemisahan kelas produk, dan *positioning* dengan menggunakan simbol budaya atau kultur. pada umumnya proses *positioning* produk berupa:

1. Mendefinisikan ke segmen pasar mana produk tersebut akan di tempatkan
2. Mengidentifikasi dimensi atribut dan kemasan untuk menentukan seberapa besar pasar.
3. Mengumpulkan informasi dari konsumen tentang persepsi mereka terhadap produk dan produk pesaing.
4. Mengukur seberapa jauh persepsi konsumen terhadap produk.
5. Mengukur seberapa besar pasar produk pesaing.
6. Mengukur kombinasi target pasar untuk menentukan variabel *marketing* dalam melakukan *marketing mix*
7. Menguji ketepatan antara:
 - a. Daya saing produk kita dengan produk pesaing.
 - b. Posisi produk kita dalam persaingan.
 - c. Posisi faktor ideal dalam *marketing mix*.

Proses *positioning* untuk barang dan jasa sama saja, meskipun jasa tidak memiliki wujud fisik, namun prosesnya sama. Namun, demikian karena jasa tidak memiliki visualisasi yang jelas maka sebelum membangun *positioning*, kita harus bertanya kepada konsumen untuk nilai tambah apa yang mereka inginkan dari layanan kita, mengapa mereka memilih jasa orang lain dibanding jasa kita, dan apakah ada karakteristik khusus yang membedakan layanan kita dibanding layanan perusahaan lain.

Menuliskan nilai pembeda dari sudut pandang konsumen merupakan tahap awal proses *positioning*. Ujilah pada orang yang belum menganal kita, tidak tahu apa yang kita lakukan dan yang kita jual, kemudian perhatikan ekspresi wajah mereka dan bagaimana mereka merespons. Pada saat mereka ingin tahu lebih banyak tentang produk kita karena mereka tertarik dengan prolog kita, itu adalah tanda bahwa kita berada di jalur yang tepat.

b. Konsep Positioning Produk

Secara umum, ada tiga konsep *positioning*:



1. *Functional positions*: pemecahan masalah, menyediakan manfaat bagi konsumen, memperoleh persepsi yang menyenangkan dari investor.
2. *Symbolic positions*: peningkatan citra diri, identifikasi diri, rasa ikut memiliki dan tingkat penghargaan lingkungan terhadap perusahaan, membangun pengaruh yang cukup kuat dalam segmen pasar tertentu.
3. *Experiential positions*: mampu menstimulasi sensor motorik, mampu menstimulasi sensor kognitif.

c. Repositioning Bisnis MLM

Positioning memegang peranan penting dan strategis dalam pemasaran. Sekali perusahaan mengecewakan konsumen maka konsekuensinya sangat vital, yaitu konsumen akan meninggalkan atau tidak membeli lagi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Demikian juga bagi pebisnis MLM yang telah menjalankan usahanya sesuai konsep yang baik dan tidak bertentangan dengan peraturan yang ada. Namun karena ulah beberapa pengusaha yang menjalankan bisnis *money game* dengan berkedok MLM membuat citra positif pengusaha MLM menjadi negative dibenak konsumen. Oleh karena itu perusahaan yang murni menjalankan bisnis MLM harus mengklarifikasi bisnisnya tidak haram dan tidak bertentangan dengan hukum positif dan hukum normatif. Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengembalikan citra positif atau *repositioning* adalah:

1. Melalui *Public Relation* (PR) perusahaan mengandeng pihak yang merekomendasikan bahwa bisnis MLM haram serta pemangku kepentingan memberikan klarifikasi ke publik bahwa ada perbedaan antara bisnis MLM dengan *money game*. Dengan publikasi secara luas maka masyarakat akan mendapat penjelasan yang rinci, jelas dan komprehensif.
2. Apabila pebisnis MLM menemukan bahwa tipu daya, atau ada pihak yang dirugikan dan ini dilakukan oleh oknum karyawannya (mitra bisnis) maka pihak perusahaan tidak segan-segan memberhentikan tidak hormat oknum karyawan (mitra bisnis) tersebut.
3. Bila memang nama perusahaan sudah terlanjur negatif citranya, maka strategi repositioning dapat dilakukan dengan mengganti nama perusahaan dan dewan pimpinan. Solusi ketiga dapat ditempuh namun akan mengeluarkan banyak biaya, tenaga dan waktu karena membangun citra perusahaan tidaklah mudah.

SIMPULAN

Bisnis MLM pada hakikatnya adalah bentuk inovasi dan kreativitas perusahaan dalam memasarkan atau menjual barang atau jasanya. Secara hukum positif maupun hukum agama konsep bisnis MLM tidak melanggar aturan yang ada. Adapun yang dianggap melanggar hukum positif dan hukum

agama (syariah) adalah ulah para oknum yang berkedok bisnis MLM tapi dalam menjalankan usahanya memakai sistem *money game*. Rekomendasi NU dalam penutupan acara Musyawarah Nasional (Munas) Alim Ulama dan Konferensi Besar Nahdlatul Ulama (NU) di Ponpes Miftahul Huda Al-Azhar, Citangkolo, Banjar, Jawa Barat, dimana salah satu pointnya adalah mengharamkan bisnis MLM adalah mereka yang menjalankan usaha *money game* namun berkedok MLM. Hal ini didasari karena bisnis *money game* mengandung unsur manipulasi, tipu daya, tidak transparan, pihak yang dirugikan, syarat yang menyalahi prinsip akad Islam, bukan barang tapi bonus. Disinilah letak perbedaan antara bisnis MLM dengan *money game* yang berkedok MLM. Bagi perusahaan yang benar-benar menjalankan bisnis MLM tentunya rekomendasi bahwa bisnis MLM haram tentunya sangat merugikan bagi citra perusahaan. Oleh karena itu, agar masyarakat tetap percaya kepada bisnis MLM, perusahaan perlu melakukan strategi *repositioning* tentang bisnis MLM, sehingga masyarakat tetap percaya bahwa bisnis MLM yang murni pada hakikatnya tidak haram.

DAFTAR PUSTAKA

- Alase, Abayomi, The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach, *International Journal of Education and Literacy Studies*, Vol. 5 No. 2, April 2017, DOI: 10.7575/aiac.ijels.v.5n.2p.9.
- Basrowi, Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Rineka Cipta, Jakarta, Hlm 158.
- <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penjualan-langsung-berjenjang-syariah-plbs>
- Kiyosaki, Robert T, (2014), *The Cashflow Quadrant*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Marimin, Agus; Romdhoni, Abdul Haris, & Fitria, Tria Nur, (2016), *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 02, No. 02, Hal. 7, ISSN : 2477-6157
- Muhamad; (2017), *Lembaga Perekonomian Islam (perspektif Hukum, Teori, dan Aplikasi)*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta, Hlm. 427-430.
- Narbuko, Cholid & Ahmadi, Abu, (2002), *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, Hlm 1.
- Saidi, Wahyu, (2007), *Kewirausahaan*, Enno Media, Jakarta.
- Sugiono; (2008) *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, Hlm 9.
- Tim Gagas Bisnis, (2014), *Cara Cerdas Mengelola Aset*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hlm. 7.
- Wuryando, Bagoes, (2012), *Jurus Maut MLM Anti Gagal (Tips & Trik Memilih Bisnis Jaringan yang Pas untuk Anda)*, MedPress Digital, Hlm. 15-16.
- _____, (2019), *NU Larang Penyebutan Kafir Bagi Nonmuslim*, *Suara Merdeka*, Semarang, Hlm. 1, 15