

**BISNIS MULTI LEVEL MARKETING DALAM TINJAUAN FATWA DSN
MUI NO: 75/DSN-MUI/VII/2009 (STUDI KASUS PADA MEMBER
MLM 4JOVEM DI SITUBONDO)**

Lailatur Rahmah

Guru Madrasah Ibtidaiyah Sukorejo Situbondo

lailrahmah@yahoo.com

Wawan Juandi

Institut Agama Islam Ibrahimy Situbondo

wwnjuandi@gmail.com

Muhammad Shaleh

Universitas Negeri Jember

fe.m.saleh@gmail.com

One of form economic that develop in this modern era is MLM (Multi Level Marketing) business. One of MLM business that can interest Situbondo society is 4Jovem MLM. This business promise exciting rewards like money, HP, car, umroh, and others. Requirements about Islamic MLM contained in DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 as one of reference in determining the halal haram of MLM. This research have purpose to present practice 4Jovem MLM business completely and it's analysis based on Fatwa MUI until the society can take a stand about this 4Jovem MLM. Based on analysis presented, it be concluded that the implementation of the 4Jovem MLM business in Situbondo especially, most of them is have been fulfilled provisions and applied the contract in Fatwa MUI about Syari'ah Direct Sales. However, in the field practice, there are some 4Jovem practice that have not been fulfilled provisions of Fatwa MUI, that is advanced prerequisite in the Agya reward. For reach that agya car, must recruit of 700 point or members at right and 800 point or members at left. Not only this is *gharar* in marketing plan, but also 4Jovem practice is *ighra'*.

Kata Kunci: MLM, 4jovem, fatwa MUI

Pendahuluan

Globalisasi ekonomi dunia sebagai salah satu fenomena muamalah pada dekade terakhir ini memang tak bisa dihindari. Salah satu bentuk perkembangan ekonomi yang muncul di era modern ini adalah bisnis MLM (*Multi Level Marketing*). MLM sendiri saat ini sudah banyak berkembang luas. Sistem bisnis semacam ini sangat menggiurkan sebagian anggota

masyarakat karena menjanjikan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat. MLM (*Multi Level Marketing*) adalah suatu inovasi marketing yang sangat pesat perkembangannya. Bisnis MLM ini merupakan salah satu trend strategi pemasaran di dunia bisnis pada era modern saat ini karena sangat menguntungkan pengusaha dengan adanya penghematan biaya (*minimizing cost*) dalam iklan, promosi, dan lainnya (Zainal, 2014: 81-87).

Dengan adanya berbagai bentuk perkembangan ekonomi yang baru seperti MLM ini, pertanyaan yang kemudian muncul adalah bagaimana kita bisa menjalankannya sesuai dengan syari'ah Islam? Oleh karena itu, globalisasi ekonomi yang terjadi pada saat ini telah diimbangi dengan berkembangnya bentuk-bentuk bisnis yang sesuai dengan syari'ah Islam yang biasa disebut sebagai "Bisnis syari'ah". Bisnis syariah dewasa ini telah menjadi bahan kajian, penelitian, seminar dan bahkan telah terbentuk institusi bisnis syariah baik yang bergerak dalam sektor keuangan atau yang disebut dengan LKS (Lembaga Keuangan Syariah).

Berkaitan dengan bisnis MLM (*Multi Level Marketing*), terdapat juga bisnis syariahnya yang disebut dengan MLM Syari'ah. Persyaratan tentang MLM syari'ah ini terdapat pada fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Di dalam syari'ah Islam, fatwa merupakan salah satu cara menetapkan hukum Islam. Kedudukan fatwa dalam hukum Islam dapat dikaji dari pengertian fatwa itu sendiri. Isi fatwa itu sendiri belum tentu dinamis, tetapi minimal fatwa itu responsif. Akan tetapi, fatwa biasanya cenderung dinamis karena merupakan tanggapan terhadap perkembangan baru yang sedang dihadapi masyarakat peminta fatwa.

Di Indonesia ada beberapa lembaga yang dapat mengeluarkan fatwa, yang paling terkenal adalah MUI. Memang, untuk pengaturan mengenai MLM (*Multi Level Marketing*) Syari'ah, DSN (Dewan Syari'ah Nasional) MUI telah menerbitkan fatwa No 75 tahun 2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah). Fatwa tersebut berisi 12 persyaratan untuk bisnis MLM yang ingin memenuhi kriteria sebagai MLM syari'ah. Sedangkan regulasi yang berbentuk UU atau peraturan lain tentang MLM syari'ah secara khusus memang belum ada. Bahkan kalangan akademisi banyak yang memandang remeh MLM dan

meragukan kehalalannya. Padahal di Indonesia saat ini sudah jutaan penduduk yang aktif dalam industri MLM.

Salah satu MLM yang sedang diminati masyarakat dan mereka mengasumsikannya sebagai MLM syari'ah yang sesuai dengan fatwa MUI adalah MLM 4jovem. Bisnis ini menjanjikan berbagai bonus menarik, mulai uang, HP, mobil, umroh dan sebagainya. Untuk menjadi anggota dalam bisnis MLM ini, yang harus dilakukan adalah menyiapkan uang sebesar Rp 168.000. Setelah melakukan pembayaran, maka orang yang membayar itu menjadi anggota resmi 4jovem dan memperoleh salah satu produk 4jovem, gluberry atau greenshake. Anggota baru tersebut yang ingin memperoleh bonus-bonus yang ditawarkan, maka ada syarat dan ketentuan yang harus dilakukan dan dipenuhi. Misalnya, bagi anggota yang punya keinginan untuk memperoleh mobil Agya, maka harus merekrut anggota sebanyak 1500 dengan rincian sebelah kanannya 700 titik dan sebelah kirinya 800 titik.

Karena begitu menjanjikannya bisnis MLM 4jovem ini, banyak kalangan yang tertarik untuk mengikuti bisnis ini. Termasuk juga kalangan santri dan alumni pondok pesantren salafiyah syafi'iyah, mulai dari santri. Namun ada informasi yang diperoleh dari anggota (member) yang sudah mendapatkan mobil atau hampir mendapatkannya, ada syarat tambahan yang tidak tertulis bahkan baru diketahui ketika dilakukannya kontrak perjanjian sebelum penyerahan mobil. Syarat tersebut adalah anggota yang mendapatkan mobil agya harus merekrut 300 anggota tiap bulannya selama satu tahun, jika tidak, maka anggota harus membayar sendiri angsurannya (Tanwirul Afkar, 2017: 17).

Syari'ah Islam harus menjawab semua permasalahan umatnya. Maka kajian tentang MLM ini, khususnya 4jovem, yang diminati oleh berbagai kalangan termasuk santri dan alumni pondok pesantren, menjadi sangat

penting dan sangat menarik untuk diteliti. Selain itu, Meskipun buletin TA telah membahas tentang MLM 4jovem namun tidak mendeskripsikannya secara lengkap mengenai praktek 4jovem sehingga pihak 4jovem tidak menerima hal itu dan peminat 4jovem masih terus menjalankan bisnisnya. Kajian ini hadir untuk menyajikan secara lengkap tentang praktik bisnis MLM 4jovem yang akan dianalisis dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, dimana fatwa itu merupakan pegangan masyarakat dalam mempercayai bisnis MLM yang syari'ah. Kajian ini juga akan sangat bermanfaat untuk masyarakat yang menanti-nantikan kejelasan hukum MLM 4jovem serta dapat memberikan alternatif pada bisnis MLM 4jovem sendiri agar memenuhi persyaratan sebagai MLM yang Syari'ah.

Ruang Lingkup Riset

Perusahaan-perusahaan yang menggunakan sistem MLM memiliki karakteristik, spesifikasi, pola, sistem, dan model tersendiri. Bisnis MLM ini merupakan salah satu trend strategi pemasaran di dunia bisnis pada era modern saat ini karena sangat menguntungkan pengusaha dengan adanya penghematan biaya (*minimizing cost*) dalam iklan, promosi, dan lainnya (Zainal, 2014: 81-87).

Di dalam syari'ah Islam, fatwa merupakan salah satu cara menetapkan hukum Islam. Kedudukan fatwa dalam hukum Islam dapat dikaji dari pengertian fatwa itu sendiri. Secara *terminologi*, sebagaimana dikemukakan oleh Zamakhsyari, fatwa adalah penjelasan hukum syara' tentang suatu masalah atas pertanyaan seseorang atau sekelompok orang (Zuhaily, 1990: 98). Fatwa bersifat *responsive*, Ia merupakan jawaban hukum (*legal opinion*) yang dikeluarkan setelah adanya suatu pertanyaan atau permintaan

fatwa (*based on demand*). Di Indonesia ada beberapa lembaga yang dapat mengeluarkan fatwa, diantaranya adalah MUI. Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang mewadahi ulama dan para cendekiawan Islam di Indonesia untuk membimbing, membina, dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Ada lima fungsi dan peran utama MUI, yaitu : (1) sebagai pewaris tugas-tugas nabi; (2) sebagai pemberi fatwa; (3) sebagai pembimbing dan pelayan umat; (4) sebagai gerakan islah wa tajdid; (5) sebagai penegak amar ma'ruf nahi munkar ("[Profil MUI](http://mui.or.id)". *mui.or.id* : 2009). Untuk pengaturan mengenai MLM (*Multi Level Marketing*) Syari'ah, DSN (Dewan Syari'ah Nasional) MUI telah menerbitkan fatwa No 75 tahun 2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah). Fatwa tersebut berisi 12 persyaratan untuk bisnis MLM yang ingin memenuhi kriteria sebagai MLM syari'ah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif hukum Islam. Maksudnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga metode penelitian hukum khususnya hukum Islam. Metode penelitian kualitatif ini bertujuan ingin mendapatkan data-data untuk kepentingan analisis. Hal ini dilakukan dengan memusatkan perhatian pada prinsip umum yang mendasari perwujudan dan satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia (Sedarmayanti, 2002: 69). Sedangkan penelitian hukum pada dasarnya adalah suatu kegiatan Ilmiah yang didasarkan pada metode sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya (Miggonno, 1997: 39).

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam memperoleh data. Oleh karena itu, untuk memperoleh data secara benar dan akurat, dibutuhkan sumber yang benar dan teknik yang akurat sehingga hasil penelitian dapat dipertang-

gungjawabkan secara ilmiah (Nawawi, 2014: 90). Dalam pengumpulan data penelitian ini, metode yang penulis gunakan adalah wawancara, observasi, dokumentatif, dan triangulasi.

Kerangka Teoretik

Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah Islam. Definisi lain merumuskan bahwa ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang dibingkai dengan syariah Islam (Rivai dan Bukhari, 2009: 10). Tidak ada definisi Ekonomi Islam baku yang digunakan sebagai pedoman umum. Beberapa ekonom muslim mendefinisikan, tetapi hal itu tidak lepas dari konteks permasalahan-permasalahan ekonomi yang mereka hadapi sehingga menimbulkan kesan ada perbedaan dalam mendefinisikan “Ekonomi Islam” dari beberapa ekonom muslim sendiri (Heri: 2003; 13).

Ekonomi Islam memiliki dasar sebagai *ekonomi rabbani* dan *ekonomi insani*. Disebut ekonomi rabbani karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai Ilahiyah. Lalu ekonomi Islam disebut juga sebagai ekonomi insani karena sistem ekonomi Islam dilaksanakan dan ditujukan untuk kemaslahatan manusia (Rivai, 2013: 162). Oleh karena itu, ekonomi Islam memiliki beberapa prinsip, diantaranya adalah prinsip keadilan, prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab, prinsip realitas, prinsip mencukupi, prinsip kejujuran dan kebenaran, serta prinsip menghindar dari perbuatan-perbuatan yang dilarang syari’ah.

Etika Bisnis Islami

Etika bisnis dapat diartikan sebagai telaah, penyelidikan, atau pengkajian sistematis tentang tingkah laku seseorang atau dalam kelompok dan dalam transaksi bisnis guna mewujudkan kehidupan yang lebih baik atau etika bisnis yaitu pengetahuan tentang cara bisnis dengan memperhatikan tingkah laku, yaitu kebenaran atau kejujuran dalam berbisnis. Kebenaran dalam etika adalah etika standar yang secara umum dapat diakui dan diterima prinsip-prinsipnya baik oleh individu, masyarakat, atau dalam kelompok (Alma, 1994: 19).

Dalam agama Islam, etika ataupun perilaku serta tindak tanduk dari manusia telah diatur sedemikian rupa sehingga jelas mana perbuatan atau tindakan yang dikatakan dengan perbuatan atau tindakan asusila dan mana tindakan atau perbuatan yang disebut bermoral atau sesuai dengan arturan agama. Dengan demikian, etika bisnis dalam Islam, sebagaimana pendapat Sudarsono dalam bukunya yang berjudul *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, mengatakan bahwa, etika Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam al-Qur’an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (Sudarsono, 1989: 41).

Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwa, ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara berbagai tujuan dan alat-alat untuk mencapai tujuan yang langka adanya dan karena itu mengandung alternatif dalam penggunaannya. Apabila perilaku manusia yang dipengaruhi oleh nilai-nilai moral Islam itu ternyata menghasilkan perilaku ekonomi yang berbeda atau khusus, maka akumulasi pengetahuan atau pengalaman dalam menerapkan prinsip-prinsip moral atau

suatu ketika, apabila telah disusun secara sistematis, akan menghasilkan suatu pengetahuan khusus dan itulah yang disebut dengan ilmu ekonomi Islam. Hal inilah yang terlihat jelas dalam sistem ekonomi yang dianut oleh paham Ketuhanan, yaitu perasaan yang selalu ada yang mengawasi (*dhamir*) (Swasta, 1988: 19).

Fatwa MUI tentang MLM

MLM (*Multi Level Marketing*) berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, sedangkan *marketing* artinya pemasaran. Jadi, *Multi Level Marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak (Harefa, 1999: 04). Disebut *multi level* karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.

Multi Level Marketing

merupakan sistem penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara perusahaan yang bergerak dalam industri MLM hanya menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar (*member*), tidak melalui agen/penyalur, selain itu perusahaan juga memberikan kesempatan kepada setiap konsumen yang sudah terdaftar (*member*) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur. Dengan cara ini, maka konsumen akan berfungsi ganda di mata perusahaan, pertama ia menjadi konsumen dan kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya (Sofwan, 2013: 143).

Kadang-kadang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*. Pendapat ini didasari oleh pelaksanaan penjualan MLM yang memang dilakukan secara langsung oleh wiraniaga kepada konsumen, tidak

melalui perantara lagi, tidak melalui toko swalayan, kedai atau warung, tetapi langsung kepada pembeli. Di Indonesia, saat ini penjualan langsung atau *direct selling*, baik yang *single level* maupun *multi level* bergabung dalam suatu asosiasi yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Organisasi ini merupakan anggota KADIN, bagian dari *World Federation Direct Selling Association* (WFDSA) (Gemala, 2006: 182).

Sabiq menjelaskan secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- A. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
- B. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (*member*) dari perusahaan.
- C. Sesudah menjadi member maka tugas berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- D. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
- E. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus menjadi konsumen paket produk perusahaan.

F. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen tetap produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan sangat diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut (Sabiq: 2005).

Adapun pengaturan mengenai MLM (*Multi Level Marketing*) Syariah, DSN (Dewan Syariah Nasional) MUI telah menerbitkan fatwa No 75 tahun 2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). yang ditandatangani oleh ketua DSN MUI K.H. M.A. Sahal Mahfudh dan Sekretaris H.M. Ichwan Sam pada tanggal 25 Juli 2009 di Jakarta. Hal ini dilatarbelakangi oleh bisnis MLM yang telah berkembang pesat dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Selain itu, agar masyarakat mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah. Dalam Fatwa DSN MUI No. 75/VII/2009 tersebut terdapat ketentuan umum, ketentuan hukum dan ketentuan akad.

DSN (Dewan Syariah Nasional) memang bukanlah lembaga negara, namun fatwanya diserap para regulator dalam membuat regulasi dan izin. Yakni Bank Indonesia ketika mengatur perbankan syariah, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) sewaktu mengatur pasar modal dan asuransi serta Departemen Keuangan untuk mengatur lembaga pembiayaan berbasis syariah. Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pada 16 Agustus 2007, memperkuat posisi Dewan Syariah Nasional karena tiap Perseroan Terbatas (PT) yang melakukan usaha syariah wajib memiliki Dewan Pengawas Syariah yang direkomendasikan Dewan Syariah Nasional. Bahkan seyogyanya, seluruh fatwa

yang dikeluarkan Dewan Syariah Nasional juga langsung di positifisasi oleh Bank Sentral, seperti di Sudan. Di Sudan sebagaimana di Malaysia, kedudukan Dewan Syariah Nasional masuk dalam struktur organisasi bank sentral. Namun, kedudukannya tidak setingkat deputi gubernur, melainkan di bawah *Islamic Banking and Takaful Department*.

Fatwa-fatwa ekonomi syariah di Indonesia saat ini dikeluarkan melalui proses dan formulasi fatwa kolektif, koneksitas dan melembaga yang disebut ijtihad ulama secara kolektif (*ijtihad jama'i*), bukan ijtihad individu (*ijtihad fardi*). Validitas *jama'i* dan *fardi* jelas 72 sangat berbeda. *Ijtihad jama'i* telah mendekati *ijma*. Dalam proses penetapan fatwa Dewan Syariah Nasional terkadang mengundang para ahli untuk menjelaskan suatu masalah yang diperlukan dalam pembahasan ekonomi syariah termasuk otoritas moneter/lembaga keuangan dalam maupun luar negeri (Mardani, 2013: 214-218).

Analisis Bisnis Multi Level Marketing

4Jovem dalam Tinjauan Fatwa DSN

MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009

4Jovem didirikan oleh PT. Pansaky Berdikari Bersama. Perusahaan itu adalah karya anak bangsa yang bergerak pada bidang *multi level marketing*. 4Jovem sendiri diambil dari bahasa Portugal yang berarti "4 Pemuda". Bisnis ini dipelopori oleh 4 orang pemuda yg berpengalaman dibidangnya, yaitu bapak Firman Appandi selaku Direktur Utama, bapak Isyak Sandy selaku komisaris 1, bapak Zainal Yudha selaku komisaris 2, dan bapak Rizky Puguh selaku *Master Plan* 4Jovem. Mereka kurang lebih sudah 10 tahun berkecimpung di dunia *multi level marketing*. Selain *multi level marketing* dalam negeri, mereka juga sudah pernah mengikuti bisnis *multi level marketing* luar negeri. Sebelumnya, mereka memang sudah

banyak jaringan dan mendapatkan puluhan *reward*.

MLM 4Jovem telah mengembangkan penemuan di bidang kesehatan dan menyediakan produk-produk pemelihara kesehatan dan kecantikan yang berkualitas. Pada awalnya 4Jovem hanya memiliki satu produk yaitu gluberry. Namun saat ini 4Jovem telah meliki varian produk untuk semua persoalan kesehatan dan kecantikan di dalamnya. Marketing plan bisnis 4Jovem merupakan satu-satunya bisnis dengan garansi anti gagal dan anti rugi. Bergabung minimal dengan 1 ID (beli 1 produk gratis menjadi *member*), lalu setelah *Qualified* (mensponsori 2 kiri 2 kanan *member* atau menjual 4 box maka akan mendapatkan bonus klik dan royalty dengan total Rp. 546.000,-. Setelah tahap *Qualified* itu maka bisa mendapatkan bonus-bonus lainnya di 4jovem.

Secara umum, segala jenis kegiatan usaha dalam perspektif syariah termasuk dalam kategori muamalah, hukum asalnya mubah (boleh dilakukan). Merujuk kepada kaidah bahwa *Al-Ashlu fil Muamalah Al-Ibahah* yang artinya hukum segala sesuatu dalam muamalah itu pada asalnya adalah boleh, sampai ada dalil yang melarangnya (Kuswara: 2005; 74-75). MLM (*Multi Level Marketing*) adalah sebuah bisnis modern yang memang belum ada di zaman Rasulullah SAW, namun substansi MLM yang sebenarnya (*The True MLM*) yang bukan *money game* adalah akad jual beli. Yaitu, bisnis yang akad dasarnya adalah jual beli, namun selain akad jual beli juga melibatkan akad *ijarah* (sewa/jasa) dan sebagainya juga menggunakan akad *ju'alah* (sayembara) (Jauhari, 2013: 42).

Di Indonesia, Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) adalah sebagai lembaga fatwa yang resmi dan sah. Selain itu, lembaga DSN MUI ini sudah diakui oleh pemerintah RI. Keterlibatan berbagai ulama dari berbagai Ormas Islam dalam mengeluarkan fatwa

dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk menentukan halal haramnya sebuah bisnis yang bergerak dalam MLM (*Multi Level Marketing*) (Jauhari, 2013: 82). Fatwa DSN MUI terkait MLM adalah fatwa no. 75/DSN-MUI/VII/2009. Fatwa tersebut memiliki dasar hukum yang berasal dari al-Quran.

Berdasarkan fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, sebuah perusahaan atau industri bisnis MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila memenuhi 12 poin persyaratan. Berikut analisis bisnis *Multi Level Marketing* 4Jovem apabila ditinjau dari fatwa DSN MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009:

- A. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa. Syarat pertama tentang objek transaksi riil ini sama dengan salah satu rukun akad yang harus dipenuhi. Setiap akad harus memenuhi rukun-rukunnya, yaitu adanya dua pihak yang bertransaksi (beraqad), adanya ijab qabul (*sighot*), serta adanya objek akad (Az-Zuhayli: 432). Dalam hal ini MLM 4Jovem memenuhi syarat karena 4Jovem memasarkan sejumlah produk, antara lain Jovem Gluberry, Green Shake, Jovem Collavit, dan yang terbaru adalah Jtea Ashitaba.
- B. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan/atau yang digunakan untuk sesuatu yang haram. Produk-produk dari 4Jovem memiliki komposisi utama dari bahan-bahan alami dan sudah melewati uji empiris. Selain itu, setiap produk pasti mencantumkan nomer registrasi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sehingga aman untuk dikonsumsi. Selain itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) terbitkan sertifikat halal, untuk produk 4Jovem. Sertifikat halal ini, diserahkan Ketua

- Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Jatim Profesor Sugiyanto kepada Direktur utama 4Jovem Firman Afandi.
- C. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan *maksiat*. Dalam bisnis MLM, adanya unsur *riba* dan *maysir* terletak pada sistem pembagian bonus atau *marketing plannya* bukan terletak pada produknya. Oleh karena itu, tidak mudah untuk mengetahui apakah *marketing plan* MLM tersebut mengandung unsur *riba* dan *maysir* atau tidak. Sedangkan unsur *gharar* (ketidakjelasan), bisa terdapat dalam produk juga bisa terdapat dalam *marketing plannya*. MLM 4Jovem menjual produk-produk yang jelas, baik harga maupun ukuran atau takarannya. Sistem pembagian bonus dan *marketing plannya* juga sudah jelas seperti yang terdapat pada web resmi milik 4Jovem. Namun, pada prakteknya dalam pembagian mobil agya dimana untuk mendapat mobil tersebut ada ketentuan harus merekrut anggota sebanyak 1500 dengan rincian sebelah kanannya 100 titik dan sebelah kirinya 800 titik. Dari informasi beberapa *member* 4Jovem, ada syarat tambahan yang tidak tertulis bahkan baru diketahui saat penyerahan mobil. Syarat tambahannya adalah anggota yang mendapatkan mobil agya harus merekrut 300 *member* setiap bulannya selama satu tahun. Jika tidak, maka *member* yang mendapat mobil agya tersebut harus membayar sendiri angsuran mobilnya.
- D. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh. Pada MLM 4Jovem tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*) karena keuntungan yang dipatok setiap penjualan hanya Rp. 25.000,- dari harga produk Rp. 168.000,- bukan setengah dari harga yang ditawarkan sehingga konsumen tidak terzalimi dan produk yang dijual pun berkhasiat bagi kesehatan.
- E. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja yang nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS. Poin persyaratan ini dapat kita lihat pada *marketing plan* atau sistem pembagian bonus yang berlaku. Dalam bisnis MLM, komisi sangat terkait dengan volume penjualan dari distributor. Dengan persyaratan ini, setiap orang yang berhasil menjual 1 produk akan mendapatkan komisi berbeda dengan menjual 3 produk. Pada MLM 4Jovem, komisi diberikan kepada distributor berdasarkan volume penjualan. Komisi di 4Jovem sama dengan bonus karena membeli satu produk 4Jovem sudah otomatis menjadi *member* 4Jovem. Dengan menjual atau merekrut, maka akan mendapatkan bonus sponsor sebesar Rp. 25.000,- per produk atau setiap kali merekrut satu *member*.
- F. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan. Persyaratan ini berkaitan dengan ketentuan umum tentang akad. Dalam MLM (*Multi Level Marketing*), bonus ini berkaitan dengan akad *Ijarah* atau *Jualah* yang berdasarkan

target atau prestasi kerja. Meskipun dalam prakteknya, banyak anggota MLM yang tidak memahami tentang pembagian bonus dari MLM yang mereka ikuti. Bonus merupakan hadiah apabila seorang distributor mencapai target-target tertentu. Apalagi sudah dapat *reward* maka selanjutnya ada bonus-bonus yang semakin banyak yang bisa diperoleh sesuai target penjualan atau target perekrutan. Prestasi kerja di 4Jovem mendapatkan apresiasi sangat luar biasa. Seperti pada level *leadership*, jadi apabila dari id kita sudah mendapat 50 juta ke atas, maka akan mendapatkan dana pensiun seumur hidup sebanyak 2-4% dari keuntungan perusahaan setiap 3 bulan sekali. Selain itu besaran bonus dan macam-macamnya sudah jelas tertera di *marketing plan* 4Jovem.

- G. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang atau jasa. Bonus secara pasif atau *passive income* pada satu *member* biasanya mengharuskan adanya kerja keras dari pihak yg lainnya agar target penjualan dan keuntungan perusahaan tetap tercapai sehingga dapat membagikan bonus kepada para anggotanya. Jika *passive income* ini terjadi, maka dugaan kuat yang terjadi dalam rantai MLM tersebut adalah ketidakadilan anggota. Setiap *member* di 4Jovem hanya akan mendapatkan komisi dan bonus apabila mereka aktif dalam penjualan maupun perekrutan melalui jaringan yang ia bangun. *Upline* di 4Jovem pasti melakukan pembinaan dan motivasi karena di 4Jovem jika tidak mendapatkan *member* atau tidak bisa menjual produknya maka tidak akan mendapatkan keuntungan apa-apa. Pembinaan pada *member* dilakukan

karena dari *member* kita mendapat keuntungan. Jika kita tidak membina *member* yang bisa mengakibatkan *members*nya tidak aktif maka jaringan kita tidak bisa berkembang.

- H. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan, *ighra'* (memberikan iming-iming atau janji-janji). *Ighra'* adalah memberikan iming-iming atau janji manis yang berlebihan. Sebenarnya *Ighra'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yg positif. Karena dengan adanya *ighro'* atau insentif yang dijanjikan, seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras. Tanpa ada motifasi maka manusia akan cenderung bermalas-malasan, hanya saja motifasi itu tidak boleh berlebihan. 4Jovem dalam *marketing plan*nya tidak menawarkan iming-iming yang menyesatkan kepada prospeknya karena disana disebutkan bahwa setiap *member* mendapatkan komisi dan bonus berdasarkan prestasinya. Jadi, semakin tinggi target yang ingin dicapai maka semakin tinggi pula usaha yang harus dilakukan. Namun pada prakteknya seperti yang telah penulis kemukakan di poin ketiga tentang pembagian bonus mobil agya yang disana ada syarat tambahan yang tidak tertulis bahkan baru diketahui saat penyerahan mobil. Hal ini bisa dikategorikan iming-iming atau janji manis karena *member* yang sudah memperoleh mobil agya itu menyangka bahwa bonusnya sudah tidak ada syarat lanjutan. Akan tetapi kenyataannya ada syarat lanjutan yang mengakibatkan harus membayar cicilan mobil itu sendiri jika tidak memenuhi syarat lanjutan tersebut.

- I. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota yang berikutnya. Pada MLM 4Jovem, pembagian bonus dilakukan secara adil dan tidak ada eksploitasi secara sepihak. Bonus diberikan kepada anggota bukan karena lebih awal atau lebih lama bergabung tapi karena distributor berhasil menunjukkan prestasi yang baik. *Member* tersebut tidak mendapatkan bonus tanpa melakukan penjualan, perekrutan anggota baru dan memberi pembinaan terhadap *downline*-nya. Hal ini bisa dilihat dari macam-macam bonus yang ada serta cara mendapatkannya dalam *marketing plan* 4Jovem.
- J. 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. Kebanyakan MLM sering mengadakan berbagai pertemuan atau *event* mulai dari presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, training dan pembinaan anggota, ulang tahun, *touring* sebagai insentif dan lain-lain. Pertemuan atau *event* yang penulis temukan dalam kegiatan bisnis 4Jovem khususnya di Situbondo banyak diprakarsai oleh *upline* masing-masing yang isinya tentang pelatihan dan pembinaan anggota. Konsep acara disetiap pertemuan dirancang dengan cukup sederhana, *applause* diberikan atas prestasi seseorang dan tidak melampaui batas sehingga tidak terkesan kultus.
- K. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. Salah satu indikator MLM yang baik adalah bagaimana para *member* yang menjadi anggota lebih dahulu memberikan kepedulian dan bimbingan yang maksimal kepada *member* yang masuk belakangan. Di 4Jovem, jika menginginkan keuntungan maka harus bisa mengembangkan *member-member* yang berhasil dia rekrut. Cara mengembangkan *member-member* tersebut adalah dengan melakukan pembinaan. Jika kita tidak membina *member* yang kita punya, maka *member* itu akan pasif dan kita tidak dapat mengembangkan jaringan kita. Jika kita tidak dapat mengembangkan jaringan kita, secara otomatis kita tidak akan mendapat keuntungan. Hal ini akan menjadi sangat positif jika pembinaan yang dilakukan oleh mereka mendapatkan dukungan yang sepenuhnya dari pihak perusahaan.
- L. Tidak melakukan kegiatan *money game*. Seringkali ditemukan kerancuan istilah antara MLM atau pemasaran berjenjang dengan permainan uang (*money game*). *Money Game* adalah perjudian murni yang tidak ada produk apapun dalam bentuk barang ataupun jasa. Dalam fatwa ini, *money game* didefinisikan sebagai kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran Mitra Usaha yang baru atau bergabung kemudian, dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya kamufase atau tidak mempunyai mutu atau kualitas yg dapat dipertanggungjawabkan.
- Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa MLM 4Jovem memiliki banyak produk yang bermanfaat bagi kesehatan. 4Jovem mencari keuntungan dari penjualan tersebut, bukan menghimpun dana masyarakat secara ilegal. Salah satu

ciri *money game* adalah membenarkan satu orang mendaftar lebih dari satu kali. Akan tetapi 4Jovem tidak demikian, di website resmi 4Jovem disebutkan bahwa setiap distributor hanya diperbolehkan mempunyai 1 (satu) nomor keanggotaan, jika terdapat lebih dari satu nomor keanggotaan yang berlaku, maka perusahaan akan menghapuskan nomor keanggotaan yang terakhir.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* pada 4Jovem khususnya di Situbondo, sebagian besar telah memenuhi ketentuan-ketentuan dan menerapkan akad-akad yang termaktub dalam Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Namun pada prakteknya di lapangan, ada yang tidak memenuhi ketentuan Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, yaitu tentang adanya syarat lanjutan pada pembagian mobil agya. Dimana untuk mendapat mobil tersebut ada ketentuan harus merekrut anggota sebanyak 1500 dengan rincian sebelah kanannya 700 titik dan sebelah kirinya 800 titik. Dari informasi beberapa *member* 4Jovem, ada syarat tambahan yang tidak tertulis bahkan baru diketahui saat penyerahan mobil. Syarat tambahannya adalah anggota yang mendapatkan mobil agya harus merekrut 300 *member* setiap bulannya selama satu tahun. Jika tidak, maka *member* yang mendapat mobil agya tersebut harus membayar sendiri angsuran mobilnya. Ini adalah *gharar* dalam *marketing plan*, selain itu praktik tersebut juga termasuk *ighra'*.

Kesimpulan

MLM 4jovem menjanjikan berbagai bonus menarik, mulai uang, HP, mobil, umroh dan sebagainya. Praktik Bisnis MLM 4jovem di Situbondo dapat dikatakan sangat pesat dan merambah berbagai

kalangan. Banyak masyarakat Situbondo yang tertarik untuk mengikuti bisnis ini. Termasuk juga kalangan santri dan alumni pondok pesantren salafiyah syafi'iyah, mulai dari santri biasa, masyarakat sekitar pondok, bahkan guru-guru yang mengajar di pondok. Tidak sedikit juga alumni yang sudah memperoleh mobil agya. Selain menjalankan bisnis 4Jovem dengan menjual produk dan merekrut member, mereka juga sering mengadakan pertemuan dan pelatihan tentang bisnis MLM 4Jovem.

Pelaksanaan bisnis *Multi Level Marketing* pada 4Jovem khususnya di Situbondo, sebagian besar telah memenuhi ketentuan-ketentuan dan menerapkan akad-akad yang termaktub dalam Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Namun pada prakteknya di lapangan, ada yang tidak memenuhi ketentuan Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, yaitu tentang adanya syarat lanjutan pada pembagian mobil agya. Dimana terdapat *gharar* dalam *marketing plan*, selain itu syarat tersebut juga termasuk *ighra'*.

Daftar Pustaka

- [^"Profil MUI"](#). *mui.or.id*. 8 Mei 2009. Diakses tanggal 24 Januari 2017 22.14 WIB
- "MLM 4jovem dalam Kajian Fiqh" (2017) *Buletin Tanwirul Afkar*.
- Alma, B. (1994). *Ajaran Islam dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Basu, S., & Sukotjo, I. (1988). *Pengantar Bisnis Modern; Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Dewi, G., Wirnyaningsih., & Barlinti, Y. S. (2006). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Harefa, A. (1999). *Multi Level Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Jauhari, S. (2013). *MLM Syari'ah; Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syari'ah*. Jakarta: Gema Insani.
- Kuswara. (2005). *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. Jakarta: Qultum Media.
- Mardani. (2013). *Hukum Perikatan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Minggono, B. (1997). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta, PT. Grapindo pesada.
- Nawawi. (2014). *Metodologi Penelitian Hukum Islam*. Malang: Genius Media.
- Rivai, Z. V., Antonio, M. S., & Hadad, M. D. (2014). *Islamic Business Management; Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Rivai, Veithzal. (2013). *Islamic Economic; Ekonomi Syariah Bukan Opsi Tetapi Solusi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sedarmayanti, dkk. (2002). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sudarsono, H. (2003). *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sudarsono. (1989) *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*. Jakarta : Bina Aksara.
- Zuhaily, W. (1990). *Ushul Fiqh*. Mansyurat Kuliah Da'wah Islamiyah.