

## **Urgensi Asesmen Dan Sertifikasi Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI Bagi Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang (*Multi Level Marketing /Mlm*)**

**Abdul Ghoni, Muhammad Sofwan Jauhari**

STIU Dirosat Islamiyah Al-Hikmah

*ghoni75@yahoo.co.id*

### **ABSTRAK**

MLM adalah salah satu model bisnis yang sudah sangat populer. Namun popularitasnya beriringan dengan stigma negatif yang sudah melekat padanya. Di tengah stigma yang ada, sebagian perusahaan MLM berupaya agar seluruh akad yang ada di dalamnya sesuai dengan syariah dan mendapatkan sertifikasi DSN MUI. Penelitian ini ingin mengungkap sejauh mana pengaruh dan urgensi sertifikasi syariah bagi perusahaan MLM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode mixed methods dengan memadukan metode kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif dengan melakukan studi kepustakaan terkait dengan wacana MLM syariah. Sementara penelitian kuantitatif dalam penelitian ini digunakan dengan menggunakan kuesioner yang dianalisis dengan SPSS untuk mengukur urgensi sertifikasi syariah bagi perusahaan MLM menurut para responden. Adapun hasil pokok dalam penelitian ini bahwa 90% lebih responden menjadikan label syariah sebagai alasan untuk bergabung dalam bisnis MLM. Tentu saja hasil ini sangat positif yang menunjukkan betapa sertifikasi halal DSN MUI sangat penting bagi perusahaan MLM.

**Kata Kunci:** MLM Syariah, DSN-MUI, PLBS

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Penelitian.

*Multi Level Marketing* (MLM) adalah istilah yang sudah populer di kalangan masyarakat. Secara harfiah MLM dalam bahasa Indonesia dapat diartikan dengan Penjualan Langsung berjenjang (PLB). MLM merupakan salah satu industri perdagangan yang bergerak dalam industri penjualan langsung (*direct selling*) dan memiliki pangsa pasar cukup besar di Indonesia. Menurut Kementerian Perdagangan, pada bulan Oktober 2020 ada 319 perusahaan yang telah mendapatkan izin melakukan kegiatan Penjualan Langsung, 319 perusahaan itu pada umumnya telah tergabung dalam 2 asosiasi penjualan langsung, yaitu Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dengan 103 anggota serta Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI) dengan 170 anggota sehingga total perusahaan yang telah bergabung dengan 2 asosiasi tersebut berjumlah 273 perusahaan. Sedangkan data omzet industri penjualan langsung ini, menurut ketua AP2LI yang diberitakan oleh media online “Kontan”, bahwa omzet per tahunnya mencapai Rp 14 Triliun pada tahun 2019 (Andi, 2020). Berdasarkan data Kementerian Perdagangan, pada tahun 2020 MLM telah mencatatkan omzet sebesar Rp 16,3 triliun, sementara penasihat APLI memperkirakan omzet usaha penjualan langsung ini pada tahun 2021 mencapai Rp 21 Triliun (Prasetyo, 2021). Meskipun data yang disajikan beragam, namun secara umum data resmi yang dirilis oleh kementerian perdagangan masih menunjukkan omzet yang cukup berarti bagi suatu industri.

Namun demikian industri MLM masih dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat (Jauhari et al., 2021, p. 112). Dalam dunia akademik, hingga saat ini belum ditemukan perguruan tinggi yang membuka program studi atau menjadikan tema MLM sebagai mata kuliah, bahkan penelitian dalam bentuk tesis dan disertasi seputar industri ini masih tergolong langka. Kondisi yang dialami oleh industri Penjualan Langsung tidak seperti halnya industri perbankan, asuransi, pasar modal, ataupun industri rumah sakit dan wisata. Hal lain yang menjadi sebab MLM dipandang sebelah mata oleh masyarakat adalah karena masih banyaknya pendapat ulama yang mengatakan bahwa MLM adalah haram, setidaknya beberapa lembaga fatwa dari luar negeri seperti *Lajnah Daimah Arab Saudi (Ri'asah al-'Ammah Li al-Buhju>th al-'Ilmi>*, n.d.) dan beberapa ulama lokal Indonesia melalui media sosial seperti Youtube juga banyak yang berpendapat bahwa hukum MLM adalah haram. Dugaan bahwa MLM mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba* dan dua akad dalam satu akad yang dilarang oleh Nabi menjadi alasan mereka yang mengharamkan MLM. Akan tetapi satu hal yang positif adalah bahwa pada tahun 2009, DSN MUI telah menerbitkan fatwa yang membolehkan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sebagai nama lain dari MLM Syariah, dengan syarat MLM yang dapat memenuhi 12 persyaratan yang dijelaskan dalam fatwa tersebut (DSN MUI, 2009).

Dengan fatwa itu, DSN secara implisit menyatakan bahwa MLM terbagi menjadi dua jenis yaitu; MLM konvensional dan MLM Syariah. MLM konvensional adalah MLM yang belum memenuhi 12 persyaratan dan dihukumkan sebagai MLM yang haram, sedangkan MLM Syariah atau PLBS adalah MLM yang telah memenuhi 12 persyaratan dalam fatwa tersebut dan hukumnya halal. Namun demikian sejak fatwa tersebut dikeluarkan pada tahun 2009 hingga tahun 2021, hanya 11 perusahaan MLM yang bersertifikasi syariah menurut pernyataan resmi DSN-MUI dari sekitar 319 perusahaan MLM yang ada (DSN MUI, 2022). Data tersebut menunjukkan bahwa hanya 3% industri MLM yang merespon fatwa tersebut. Kondisi lemahnya respon industri terhadap fatwa DSN menjadi latar belakang penelitian ini,

untuk mengetahui sejauh mana masyarakat menganggap penting sertifikasi syariah dari DSN-MUI bagi perusahaan MLM dan faktor apa saja yang melatarbelakanginya.

## 2. Novelty (Keunikan Penelitian)

Penelitian ini memiliki keunikan dari sisi objek penelitiannya yang terkait dengan fatwa dan *syariah compliance* pada industri MLM. Pada umumnya penelitian terkait fatwa atau *syariah compliance* adalah terkait industri halal dan industri keuangan seperti bank, asuransi dan pasar modal. Hal ini dapat dimaklumi mengingat sertifikat halal adalah menyangkut produk berupa barang, sedangkan sertifikasi syariah menyangkut produk berupa jasa.

Di samping itu, keunikan penelitian ini adalah dengan menggunakan *mixed methods* dengan memadukan penelitian kualitatif dan kuantitatif sehingga hasilnya dapat saling menyempurnakan (Ghoni, 2022, p. 6). Adapun dari sisi responden, penelitian ini memiliki responden yang bersifat variatif. Penelitian ini melibatkan unsur internal dan eksternal industri MLM. Unsur internal yang dimaksud adalah mereka yang terlibat dalam industri MLM baik sebagai karyawan, direksi, anggota dan para elite MLM yang biasa disebut sebagai *leaders*. Responden penelitian dari unsur internal dalam penelitian ini melibatkan 4 perusahaan yang telah mendapatkan sertifikat syariah dari DSN MUI, yaitu PT K-Link Nusantara, PT Duta Elok Persada, PT Nusa Selaras Indonesia (Nu SKin) dan PT Harmoni Dinamik Indonesia. Sedangkan unsur responden eksternal diambil dari masyarakat intelektual yaitu para mahasiswa, guru, dan dosen dari kampus STIU Dirosat Islamiyah Al Hikmah Jakarta, serta beberapa anggota masyarakat lainnya dari komunitas majlis ta'lim dan jamaah masjid.

Di antara temuan dalam penelitian ini adalah bahwa 90% responden menyatakan bahwa Sertifikasi Syariah dari DSN-MUI bagi perusahaan MLM adalah penting karena dapat meningkatkan citra perusahaan MLM dan menghilangkan kesan negatif terhadap perusahaan. Namun demikian realita yang ada belum berkorelasi positif, mengingat hingga saat ini masih sangat sedikit perusahaan MLM yang mendapatkan sertifikasi syariah meskipun fatwanya sudah ada sejak 2009 (DSN MUI, 2022). Jika ingin dilihat *average* jumlahnya, rata-rata hanya 1 perusahaan MLM syariah per tahun dalam 1 dasawarsa pertama sejak terbitnya fatwa. Ini artinya hanya 3% dari total perusahaan yang mendapatkan izin penjualan langsung atau 4% dari anggota asosiasi penjualan langsung, APLI dan AP2LI yang mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN MUI.

Hasil penelitian tersebut melahirkan pertanyaan berikutnya, terkait faktor-faktor yang melatarbelakangi minimnya perusahaan MLM yang mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN-MUI. Apakah hal tersebut dilatarbelakangi oleh sulitnya persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan berdasarkan fatwa, atau faktor-faktor lain seperti tingginya biaya pengurusan sertifikasi syariah, minimnya minat para pimpinan perusahaan karena sertifikasi syariah dianggap tidak penting, atau sertifikasi syariah dianggap tidak memberikan *benefit* bagi perusahaan seperti peningkatan omzet, atau faktor-faktor lain yang melatarbelakanginya. Hal ini dapat menjadi tema penelitian tentang MLM syariah yang menarik untuk digali pada penelitian berikutnya.

## 3. Rumusan Masalah

Para ulama dan beberapa lembaga fatwa dunia berbeda pendapat mengenai hukum MLM. Sebagian memfatwakan halalnya MLM, sementara sebagian yang lain mengharamkannya. Argumentasi diharamkannya MLM berdasarkan pendapat bahwa MLM yang ada tidak sesuai dengan prinsip syariah, di antaranya adalah terdapat unsur akad yang dilarang seperti adanya

dua akad dalam satu akad (Maulana, 2011, p. 155), adanya *gharar* dalam penghasilan yang didapatkan oleh member, juga *ghibn fahisy* atau *excessive mark up*. Sedangkan lembaga fatwa yang menghalalkan MLM berpendapat bahwa MLM adalah model bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengacu pada kaidah bahwa hukum asal dalam muamalah adalah halal. DSN MUI sendiri telah menerbitkan fatwa halal MLM dengan berbagai ketentuan di dalamnya. Namun demikian masih ada pendapat para ulama di Indonesia yang mengharamkan MLM (Sani, 2019).

Terkait hal ini DSN MUI telah menerbitkan fatwa no 75 tahun 2009 tentang PLBS. Dengan diterbitkannya fatwa tersebut diharapkan dapat memberikan pencerahan bagi industri MLM di Indonesia (Jauhari, 2019, p. 101). Melalui fatwa tersebut DSN MUI dapat memberikan sertifikasi syariah kepada perusahaan MLM yang memenuhi persyaratan PLBS sebagaimana yang disebutkan dalam fatwa tersebut. Hipotesisnya adalah akan ada banyak perusahaan yang mengajukan permohonan sertifikasi syariah kepada DSN MUI agar masyarakat Muslim di Indonesia, sebagai pasar terbesarnya menjadi lebih percaya dan yakin dalam menjalankan bisnis MLM ataupun sekedar mengkonsumsi produknya. Namun kenyataannya, dalam kurun waktu 11 tahun lebih, baru ada 11 perusahaan yang berhak mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN MUI. Jumlah 11 perusahaan tersebut merupakan data riil yang menunjukkan tingkat prosentase yang rendah, yakni hanya 3% dari seluruh perusahaan yang mendapatkan izin penjualan langsung yg berjumlah 319 perusahaan, atau hanya 4% dari total perusahaan yang eksisting dan bergabung menjadi anggota APLI dan AP2LI yg berjumlah 273 perusahaan.

Dari sini muncul satu pertanyaan terkait kadar urgensi sertifikasi syariah bagi industri MLM. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap harapan masyarakat kepada dunia industri, khususnya industri MLM atau Penjualan Langsung Berjenjang yang masih memiliki stigma negatif di tengah masyarakat.

#### **4. Kajian Pustaka dan Literatur Review.**

##### **Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Syariah MUI**

MUI sebagai wadah berkumpulnya para ulama, merupakan ormas yang memiliki peran penting di negara Indonesia. Meskipun MUI bukan merupakan lembaga pemerintah, akan tetapi MUI merupakan ormas Islam terbesar yang menjadi mitra pemerintah dalam banyak hal. Salah satunya adalah bahwa fatwa-fatwa MUI -baik yang diterbitkan oleh Komisi Fatwa maupun DSN- banyak yang diadopsi menjadi hukum positif di Indonesia. Di antaranya adalah fatwa-fatwa yang berkaitan dengan perbankan, asuransi dan pasar modal. MUI memiliki dua lembaga yang dapat mengeluarkan fatwa yaitu; DSN yang bertugas menerbitkan fatwa-fatwa terkait bisnis ekonomi serta keuangan syariah dan Komisi Fatwa yang menerbitkan fatwa-fatwa yang terkait masalah Aqidah, Ibadah, Sosial, dan masalah lainnya.

Adapun sertifikat yang dikeluarkan MUI terkait kegiatan bisnis yaitu Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Syariah. Pertama, sertifikat halal. Semula sertifikat ini diberikan untuk produk-produk makanan dan minuman. Produsen secara sukarela mengajukan permohonan fatwa kepada MUI mengenai produk yang dihasilkan atau yang akan dijual. MUI kemudian melakukan proses pengujian di laboratorium hingga pada keputusan apakah produk tersebut halal atau tidak. Produsen makanan dan minuman yang halal akan mendapatkan sertifikasi halal dari MUI (Lutfiyah, 2016, p. 142). Pelaksanaan sertifikasi halal ini dilaksanakan oleh

bagian khusus dari MUI yaitu LPPOM MUI. Dengan terbitnya UU JPH pada tahun 2014 yang diberlakukan 5 tahun sejak diundangkan, maka pada saat ini sertifikasi Halal menjadi sesuatu yang wajib dengan perubahan kewenangan dari MUI kepada Kementerian Agama yang dalam hal ini adalah Badan Pelaksana Jaminan Produk Halal (BPJPH). Terkait hal ini, negara juga memiliki peran dengan adanya UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Charity, 2017, p. 100). Fakta historis menunjukkan bahwa lembaga yang memberikan sertifikasi Halal adalah LP POM MUI dan kini beralih ke BP JPH, karena itulah hingga saat penelitian ini dilakukan, LPPOM MUI tetap memiliki peran penting dalam sertifikasi halal, yakni LPPOM MUI menjadi mitra BP JPH dalam menerbitkan label halal untuk produk makanan, minuman dan produk produk yang berupa barang gunaan lainnya sesuai UU JPH. Fatwa halal terhadap suatu produk akan diterbitkan oleh LPPOM MUI kemudian disahkan oleh BPJPH.

Selain sertifikat halal, MUI juga mengeluarkan sertifikat syariah. MUI yang direpresentasikan oleh DSN MUI memiliki kewenangan untuk memberikan sertifikasi syariah kepada Lembaga Bisnis dan Perekonomian yang ingin mendapatkan pengakuan bahwa kegiatan bisnisnya sudah sesuai dengan prinsip syariah. Jika sertifikat halal diberikan untuk produk yang berupa barang maka sertifikat kesesuaian syariah diberikan untuk produk yang berupa jasa, seperti hotel, rumah sakit, koperasi dan MLM. (Fimaulidina, 2020, p. 2) Adapun terkait lembaga perbankan, asuransi, dan pasar modal maka pihak OJK telah memiliki direktorat tersendiri, sehingga perbankan, asuransi dan pasar modal syariah tidak memerlukan sertifikat syariah dari DSN MUI. Suatu perbankan dikategorikan sebagai bank syariah atau bukan syariah, bergantung kepada ijin yang diajukan kepada OJK sesuai dengan UU Perseroan Terbatas. DSN MUI menjadi mitra OJK dalam pengawasan perbankan, asuransi dan pasar modal syariah dengan memberikan rekomendasi kepada perusahaan mengenai personil yang akan menjabat sebagai Dewan Pengawas Syariah (DPS) bagi perusahaan yang menyatakan diri sebagai perusahaan syariah. Tugas DPS adalah memberikan opini tentang suatu produk yang akan dijual apakah sudah syariah compliance atau tidak, mengawasi agar produk dan kegiatan bisnisnya berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerbitan sertifikat syariah kepada MLM menjadi wilayah kerja pengurus DSN MUI Bidang Industri, Bisnis dan Ekonomi Syariah. Selain MLM, yang termasuk menjadi wilayah kerja pengurus DSN MUI bidang ini adalah Hotel, Rumah Sakit, Wisata syariah. Kajian seputar sertifikasi yang dilakukan oleh MUI telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya. Zeni Lutfiyah telah melakukan penelitian yang dilakukan terkait urgensi sertifikasi halal bagi produk pangan dan obat-obatan. Mayang Syifau Manah telah meneliti tentang pentingnya sertifikasi halal dalam penyembelihan ayam. Noor Rizqiya Fimaulidina telah meneliti tentang urgensi sertifikasi syariah bagi Rumah sakit.

Penelitian-penelitian tersebut berupaya mengungkap penting atau tidaknya sertifikasi halal dan sertifikasi syariah bagi rumah sakit. Adapun penelitian ini memiliki distingsi berupa penelitian tentang urgensi sertifikasi syariah bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang industri MLM. Penelitian diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang menjadi rumusan masalah yaitu urgensi sertifikasi syariah bagi industri MLM.

## **B. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah *Field Research* dengan pengambilan data responden yang dilakukan antara tanggal 18-28 November 2021. Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada para responden internal maupun eksternal MLM. Responden internal adalah

responden yang tergolong aktif melakukan kegiatan pada industri MLM, yakni para member, karyawan dan direksi perusahaan MLM yang sudah mendapatkan sertifikat syariah dari DSN MUI, sedangkan responden eksternal adalah masyarakat yang bukan pelaku bisnis MLM, responden ini terdiri dari mahasiswa, guru, dosen dan akademisi serta jamaah masjid atau majlis ta'lim. Kuesioner dibuat dalam bentuk digital melalui google form dan dibagikan kepada responden dengan membagikan link kuesioner, jumlah responden yang memberikan jawaban sebanyak 773 responden, dan pengisian jawaban dilakukan pada bulan November 2021.

## **C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Sertifikat Syariah pada Perusahaan MLM.**

Label “Syariah” pada bisnis MLM menjadi alasan tersendiri bagi para member dalam menentukan perusahaan yang hendak diikuti. Dari 773 responden yang memberikan jawaban, ada 90,4% responden yang menyatakan bahwa sertifikat syariah menjadikan mereka lebih yakin dan lebih nyaman dengan bisnis MLM yang diikuti. Hal ini tentu menjadi hal positif yang perlu terus dijaga oleh perusahaan agar kepercayaan konsumen terus berlanjut dan berkesinambungan. Kepercayaan dalam dunia bisnis merupakan faktor utama yang menjadi pengikat antara penyedia jasa dan penggunaannya atau antara produsen dan konsumen (Nasution & Angela Saskia Widjajanto, 2007, p. 95). Besarnya pengaruh label syariah dalam sebuah aktivitas ekonomi juga dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Brilyan Rahmat yang menyimpulkan bahwa label “Syariah” berpengaruh positif dan signifikan dalam memilih aktivitas perbankan. Menurutnya, lebih dari 50% konsumen memilih layanan BNI Syariah di Jakarta Selatan diawali dengan pencantuman label syariah pada bank tersebut. Pengaruh positif ini juga dibuktikan oleh peningkatan nasabah yang cukup signifikan pada bank tersebut setelah mencantumkan label “Syariah” (Sukmono, 2013, p. iii).

Fakta yang demikian, bisa menjadi alasan dan nilai lebih bagi perusahaan MLM untuk melakukan pengurusan Sertifikat Syariah kepada DSN MUI, karena MLM Syariah mendapatkan kepercayaan lebih bagi masyarakat dibanding perusahaan MLM yang belum mendapatkan sertifikat syariah. Nur Aini Latifah menyebutkan setidaknya ada sembilan nilai yang menjadi kelebihan MLM syariah yaitu; nilai silaturahmi, nilai pengembangan wirausaha, nilai pemberdayaan pembangunan, nilai pemberdayaan produk lokal, nilai kehalalan usaha dan produk, nilai jaringan ekonomi islam dunia, nilai ketahanan akidah, nilai strategis perdagangan bebas, serta nilai pemberdayaan zakat, infaq dan sedekah (Latifah, 2017, p. 11). MLM Syariah tidak saja berdimensi hubungan horizontal sesama manusia, akan tetapi juga berdimensi vertikal kepada Allah. Keduanya adalah hal yang sangat penting untuk terus dipadukan. Hal ini dilatarbelakangi oleh pemahaman bahwa menjalankan bisnis syariah menurut para mitra usaha dapat diniatkan sebagai ibadah dalam menjalankan syariah Islam di bidang bisnis.

Di samping untuk kenyamanan member dalam menjalankan bisnis MLM, sertifikat syariah juga menjadi sangat penting agar mereka lebih yakin dengan produk yang dipasarkan. Ada 71,5% responden yang menjadikan keyakinan terhadap produk menjadi alasan ketertarikan mereka terhadap MLM Syariah. Jika dikaitkan dengan salah satu perbedaan pokok antara MLM dan *money game* adalah pada faktor ada atau tidak adanya produk, maka label syariah menjadi penjamin konsumen bukan hanya pada adanya produk pada MLM syariah, akan tetapi juga menjadi jaminan bahwa produk yang diperdagangkan MLM syariah adalah Halal. Konsumen memiliki keyakinan penuh bahwa produk yang dijual belikan oleh MLM syariah adalah produk

halal. Status kehalalan produk merupakan hal prinsip jika merujuk pada syarat jual beli dalam syariah. Setiap barang yang diharamkan maka transaksi jual beli barang tersebut juga haram (Mubarok & Hasanudin, 2020, p. 20). Hal ini menjadi sangat wajar karena komitmen terhadap produk yang halal merupakan bagian dari komitmen ketundukan seorang Muslim kepada Allah. Tingginya komitmen konsumen Muslim terhadap produk halal juga dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh M. Sururi yang menyimpulkan bahwa status halal merupakan preferensi konsumen dalam membeli produk di Tip Top Ciputat (M. Sururi, 2021, p. 47). Hal ini juga sebagaimana disampaikan oleh Khoiriyah yang menyatakan bahwa masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim sangat menyandarkan pola konsumsi mereka terhadap ketentuan halal dan haram (Khoiriyah, 2021, p. 64).

## **2. Fakta tentang MLM dan Peran Pemberdayaan Masyarakat**

Dari hasil penelitian ini didapatkan fakta bahwa 59,5% responden menyebut keterlibatannya dalam MLM karena melihat adanya peluang pemberdayaan masyarakat. Peran MLM dalam pemberdayaan masyarakat juga diakui oleh Nur Aini yang menyebutkan bahwa bisnis tersebut dapat menjadi jalan pengembangan ekonomi umat Islam seiring dengan jumlah penduduk Muslim yang sangat besar di Indonesia (Latifah, 2017, p. 2).

Fenomena di atas ini menunjukkan bahwa MLM dapat menjadi salah satu solusi tingginya angka pengangguran, apalagi dengan adanya pandemi. Direktur Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja menyampaikan ada 72.983 pekerja yang mengalami PHK akibat Covid-19 yang dilakukan oleh 4.146 perusahaan. (*Kemnaker: 72.983 Pekerja Kena PHK Selama Pandemi Covid-19*, 2021). MLM mampu memberdayakan masyarakat dengan membuka peluang bisnis atau lapangan usaha sekaligus berkontribusi besar dalam membantu tugas negara untuk menyediakan lapangan pekerjaan. Sri Rejeki dalam penelitiannya menyebutkan bahwa bisnis MLM dapat dijadikan alternatif untuk menampung melimpahnya tenaga kerja Indonesia dan bonus demografi kependudukan (Ekasasi, 1994, p. 23).

Di India, MLM membuka peluang bisnis paruh waktu yang sangat besar bagi kaum perempuan karena bisnis ini dapat dilakukan secara fleksibel dari sisi waktu tanpa harus meninggalkan kewajiban mereka mengurus rumah tangga. Di samping itu bisnis MLM dapat meningkatkan kualitas diri sebagai pribadi yang terus bertumbuh dengan mental yang positif (Veena, 2014, pp. 28–29). Sementara di salah satu negara Afrika, Kamerun, sebuah penelitian menyebutkan bahwa MLM diakui sebagai model bisnis yang berkontribusi besar pada pengurangan angka pengangguran pada tenaga kerja produktif (Fabrice, 2019, p. 25).

Ketua APLI menyebutkan setidaknya setiap tahun bisnis MLM terus tumbuh 10% setiap tahunnya dengan omzet kurang lebih 40 triliun. Bahkan ketika krisis yang disebabkan oleh pandemi, bisnis MLM tetap bisa berjalan dengan baik. Pada tahun 2021 lalu, uang yang beredar dalam bisnis ini mencapai angka 25 triliun rupiah. Bisnis MLM juga ikut melakukan pemberdayaan bukan hanya dalam rekrutmen para pebisnis akan tetapi juga melakukan pemberdayaan dari sisi pengembangan kualitas SDM. Mereka yang berhasil dalam bisnis MLM tumbuh menjadi pribadi yang punya semangat membantu orang lain. Hal ini karena mengingat keberhasilan seseorang baru dapat diwujudkan saat membantu orang lain (Marimin et al., 2016, p. 105). Hal ini didasari oleh kemudahan bagi setiap orang untuk bergabung dalam bisnis MLM dengan berbagai latar belakang yang dimiliki, yang kemudian dapat tumbuh secara bersama dengan saling mendukung dan membantu sesama peserta.

Di samping itu perusahaan MLM menyiapkan banyak hal bagi peserta, bukan hanya produk dan teknologi tetapi juga pendidikan dan soft skill lainnya, sehingga para anggota dengan berbagai latar belakang pendidikan yang ada dapat menjalankan bisnisnya. Terlebih dengan perkembangan digital yang massif, seorang peserta dalam bisnis MLM dapat menggunakan banyak cara untuk memasarkan bisnis dan produknya yang sudah tersedia. Ada ungkapan populer dalam bisnis MLM yang berbunyi; *just do it!* Semua itu menggambarkan betapa perusahaan dengan model bisnis MLM, sudah menyiapkan banyak sarana untuk marketing bagi setiap orang yang ingin terlibat di dalamnya. Hal ini juga dikemukakan oleh Veena bahwa MLM adalah bisnis yang mudah untuk memulainya (Veena, 2014, p. 28).

Berikutnya dari mereka yang menyebutkan bahwa bisnis MLM Syariah dapat memberdayakan masyarakat, mayoritas yang berpendapat demikian adalah para *leader* MLM disusul kemudian manajemen perusahaan. Realitas seperti ini menunjukkan belum satu frekuensinya perusahaan dengan para member. Dalam hal ini diperlukan satu upaya penyadaran kepada para mitra usaha MLM Syariah, bahwa usaha yang mereka lakukan dapat memberdayakan masyarakat, sehingga dapat memotivasi kinerja dan semangat mereka dalam berbisnis. Di samping itu dari sisi profesi responden, para pengusaha adalah profesi yang paling banyak melihat MLM Syariah sebagai kegiatan bisnis yang mampu memberdayakan masyarakat.

### 3. Sertifikat Syariah Sebagai Jaminan MLM Tidak Mengandung Penipuan

MLM yang telah mendapatkan sertifikat syariah dari DSN MUI, selain menjadikan 90,4% responden merasa lebih nyaman, juga memiliki manfaat lainnya, yaitu keyakinan bahwa MLM tersebut tidak melakukan praktik penipuan dalam sistem bisnis yang dijalankan, selama praktik dan teorinya sama, antara yang dipresentasikan kepada DSN MUI dengan yang dijalankan oleh perusahaan tidak berbeda.

Citra positif MLM Syariah sebagai institusi bisnis yang halal dan dapat memberdayakan masyarakat tidak boleh sirna oleh karena penyimpangan yang dilakukan oleh sebagian individu sebagai pelaku bisnisnya. Dalam hal ini, MLM Syariah memiliki peran yang sangat strategis untuk menghadirkan solusi di tengah ketidakmampuan masyarakat membedakan antara *money game* atau skema ponzi dengan MLM. Umat Islam sebagai penduduk mayoritas di Indonesia, sering kali menjadi korban ketika terjadi berbagai kasus penyimpangan dalam bentuk investasi bodong yang terkadang dikemas dalam bentuk MLM. Secara umum, perbedaan antara keduanya yang harus dikenali adalah bahwa MLM menjadikan penjualan produk sebagai sumber penghasilan utama bagi perusahaan dan anggota, sementara *money game* menjadikan keikutsertaan anggota baru menjadi sumber penghasilannya (Mulachela et al., 2021). Joko Komara juga menyatakan bahwa di antara perbedaan mencolok antara MLM dengan *money game* adalah bahwa apabila kegiatan perekrutan dihentikan maka *money game* pasti akan mengalami kekacauan atau gagal bayar, bahkan bisa bangkrut (Jauhari, 2019, p. 158).

Dalam penelitian ini juga ditemukan tingginya kekhawatiran para pelaku bisnis MLM jika perusahaan yang mereka ikuti mengandung unsur penipuan. Ada 34% responden yang merasakan kekhawatiran tersebut. Oleh karena itu, hal ini patut dipahami sebagai peluang bagi MLM yang telah mendapatkan sertifikat Syariah untuk terus memperkuat posisinya sebagai perusahaan MLM yang memiliki tanggung jawab melebihi perusahaan MLM lainnya. Di sinilah peran strategis MLM Syariah atau Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang dapat memberikan jaminan lebih kepada para peserta akan sistem usahanya yang baik secara berkelanjutan. Setidaknya ada 5 hal yang harus dihindari oleh perusahaan MLM untuk berhasil



mendapatkan sertifikat Syariah, yaitu aktivitas bisnis yang mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm* dan *maksiat* (Jauhari, 2019, p. 7).

Betapa pentingnya perusahaan MLM Syariah menghindari praktik *maysir* dan *gharar* yang tergolong bentuk penipuan ini, juga ditunjukkan oleh tingginya tuntutan peserta terhadap perusahaan agar tidak melakukan hal tersebut. Ada 82% responden dalam penelitian ini yang meminta perusahaan benar-benar menghilangkan sisi penipuan dan perjudian dalam bisnis MLM. Kedua hal tersebut menjadi sangat strategis mengingat larangan adanya penipuan dan perjudian dijelaskan secara eksplisit dalam al-Qur'an dan Hadits. Kasus Money Game berkedok MLM ini seperti yang terjadi pada bisnis Mavrodi Mondial Moneybox (MMM) yang dalam kegiatannya di Indonesia digunakan istilah Manusia Menolong Manusia, Elya Intan Kusuma Dewi dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa MMM adalah *Money Game Online* bersifat illegal dan harus dihindari oleh masyarakat (Dewi, 2015, p. ii).

MLM sendiri pada umumnya menjanjikan keuntungan yang besar, bahkan banyak pelaku yang cenderung berlebih-lebihan dalam mempromosikan MLM sebagai peluang bisnis yang dapat memberikan keuntungan besar tanpa batas dalam waktu singkat, dengan tujuan agar mudah menarik peserta baru atau melakukan kegiatan perekrutan. Hal ini mirip dengan apa yang disampaikan oleh Adam Smith melalui teori "*Invisible Hand*" bahwa setiap orang tanpa disadari akan terdorong untuk menggunakan modalnya demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Ada karakteristik universal pada diri setiap orang yang tertarik untuk mendapatkan keuntungan besar, dan inilah yang sering dijadikan titik tumpu sebagian perusahaan atau pelaku bisnis MLM dalam menarik pesertanya (Kah, 2012, p. 59).

Simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan para member harus dijaga dengan baik. Menurut Gazali, dalam model bisnis MLM baik perusahaan maupun konsumen akan sama-sama berpeluang mendapatkan keuntungan. Bagi perusahaan, dengan adanya tindakan marketing secara langsung yang dilakukan oleh para member akan menyebabkan penghematan sisi biaya iklan atau promosi. Sementara bagi member konsumen, mereka memiliki keleluasaan dalam menjalankan bisnis (*business ownership*) sehingga tidak diatur oleh orang lain (Gazali, 2018, p. 16).

Satu hal yang perlu dijaga adalah keunggulan dari sisi value yang dimiliki oleh MLM Syariah. Oleh karena itu untuk membangun dan menjaga kepercayaan terhadap MLM Syariah, diperlukan berbagai upaya substantif agar hal-hal yang terkait syariah tidak terabaikan, di samping perlu diketahui apa yang menjadi latar belakang para peserta bergabung dengan bisnis tersebut.

#### **4. Produk Halal sebagai Daya Tarik MLM Syariah**

Produk merupakan bagian sangat penting yang harus diprioritaskan sebuah perusahaan MLM Syariah. Dalam penelitian ini ditemukan ada 44% responden yang memilih MLM Syariah karena ketertarikan pada produknya. Hal ini sejalan dengan pendapat Iswibowo yang merekomendasikan kepada calon anggota perusahaan MLM untuk bersikap hati-hati dalam memilih perusahaan MLM. Dalam artikelnya, Iswibowo menekankan pentingnya calon anggota untuk melihat manfaat atau kualitas produk sebuah perusahaan MLM (Gazali, 2018, p. 16).

Lebih jauh menurut Imam Mas Arum menyatakan, secara garis besar ada dua hal yang perlu dijaga untuk menjaga kualitas perusahaan MLM Syariah, yaitu (1) Bagaimana MLM syariah harus bisa menghadirkan konsep syariah dari skema bisnisnya dan (2) bagaimana MLM

Syariah dapat menjaga kualitas serta kehalalan produk yang dijual (Arum, 2012, p. 38). Dengan demikian daya tarik MLM Syariah tidak hanya sekedar produknya diterima oleh para pelanggan akan tetapi jaminan kehalalan produknya yang harus diprioritaskan.

Agus Marimin dalam penelitiannya menyebutkan bahwa syarat pertama agar sebuah perusahaan MLM layak menyandang label “Syariah” adalah bahwa perusahaan tersebut menjual produk yang halal, berkualitas dan jauh dari produk yang meragukan (Marimin et al., 2016, p. 112). Dari sinilah pentingnya setiap perusahaan MLM memastikan bahwa produk yang dipasarkan harus halal dan berkualitas. Perusahaan MLM perlu menjamin kualitas produk yang dipasarkan, terutama MLM yang sudah memiliki label syariah, karena label tersebut mengharuskan setiap perusahaan MLM memiliki kesadaran pertanggungjawaban bukan hanya kepada manusia tetapi juga kepada Allah. Hal ini merujuk pada makna syariah sebagai norma hukum dasar yang ditetapkan oleh Allah, yang wajib diikuti oleh setiap Muslim (Nurhayati, 2018, p. 128).

Produk berkualitas tinggi dan halal memudahkan para peserta untuk menjual produknya ke pasar. Hal ini yang akan menjadikan bisnis MLM tumbuh sehat. Jika ada MLM yang menjual produk tidak berkualitas, tidak mustahil akan membuat perputaran produknya rendah, sehingga pencarian keuntungan tidak lagi dari laba penjualan produk akan tetapi diambil dari bonus rekrutmen anggota baru. Hal ini yang dapat membuka peluang bisnis MLM berubah menjadi *money game* atau skema Ponzi. Tanpa produk yang berkualitas maka MLM akan mudah jatuh dalam bisnis yang merugikan pesertanya.

Sisi lain terkait dengan produk, penelitian ini juga membuktikan bahwa faktor terpenting yang dapat menghalangi seseorang untuk bergabung dengan perusahaan MLM Syariah adalah harga produknya yang terbilang mahal. Ada 39,3 % dari 773 responden yang menyatakan hal demikian. Oleh karena itu selain produknya halal dan berkualitas, perusahaan MLM Syariah harus sedapat mungkin menjual produk yang terjangkau dan tidak terlalu mahal, dan tidak melakukan *excessive mark up* atau *ghibn fahisy*. Hal ini juga menurut Iswibowo yang niscaya terjadi dalam bisnis MLM mengingat iming-iming bonus yang sangat besar serta pembagian keuntungan berjenjang yang besar, menjadikan harga produk MLM lebih mahal dari yang seharusnya (Mardyantoro, 2010, p. 28). Oleh karena itu untuk agar perusahaan dapat memasarkan produk-produk yang mahal, perusahaan MLM Syariah perlu mengurangi atau menghilangkan bentuk-bentuk apresiasi atau bonus berlebihan yang justru berpotensi menimbulkan dampak negatif pada gaya hidup konsumtif. Hal ini yang seperti yang ditemukan dalam sebuah penelitian bahwa MLM Syariah yang tidak memiliki kebiasaan hura-hura dan foya-foya menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang yang ingin bergabung di dalamnya (Huda, 2013, p. 66). Dalam al-Qur’an surat al-A’raf ayat 31, secara eksplisit dijelaskan bahwa perilaku tersebut merupakan bagian dari sikap berlebihan yang sangat tidak disukai oleh Allah.

## **5. Loyalitas Member MLM Syariah**

Ketika sebuah perusahaan MLM Syariah menjaga komitmen pada kualitas layanan dan produk yang dipasarkan, produknya berkualitas, halal dan tidak ada *excessive mark up* dalam harga, maka hal tersebut akan berdampak positif pada perkembangan perusahaan itu sendiri, perusahaan lebih berpeluang untuk tetap bertumbuh secara berkelanjutan. Di antara dampak positif yang akan dirasakan dari hal tersebut adalah loyalitas para member terhadap perusahaan. Hipotesa yang demikian ini dibuktikan dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa mayoritas member bergabung dalam MLM Syariah bukan semata karena bisnis dan penghasilan yang didapat dari menjalankan bisnis MLM Syariah, hanya 21% responden yang menyatakan bahwa mereka bergabung dalam MLM karena bisnisnya. Para member yang termotivasi bergabung

karena ingin mendapatkan gaji atau penghasilan berada pada tingkat prosentase yang paling kecil, yaitu hanya 9,3%. Dengan demikian bergabungnya seseorang dalam MLM Syariah lebih disebabkan oleh motif non bisnis dan non penghasilan yang didapatkan. Motif karena pemberdayaan masyarakat dan jaminan produk yang halal merupakan alasan tertinggi bergabungnya peserta dalam perusahaan MLM Syariah.

## **E. PENUTUP/ KESIMPULAN**

Hasil penelitian di atas membuktikan betapa sertifikasi syariah adalah hal yang menjadi tolok ukur utama seseorang mengikuti bisnis MLM. Lebih dari 90% responden yang bahwa label syariah adalah bagian yang tak terpisahkan dari pilihan bisnis MLM mereka. Adapun alasan yang lebih detail saat seseorang bergabung dengan MLM syariah adalah karena adanya pemberdayaan masyarakat di dalamnya. Ada 59,5% responden yang bergabung dengan bisnis MLM karena alasan tersebut. Hal ini tentu saja harus direspon positif oleh perusahaan agar juga memiliki tujuan pemberdayaan masyarakat. Label syariah dalam bisnis MLM juga memberikan jaminan tidak adanya penipuan dalam berbisnis MLM. Ada 34% responden yang mengkhawatirkan adanya penipuan dalam mobil bisnis MLM. Label syariah dapat menjadi solusi atas kekhawatiran tersebut. Ketertarikan berikutnya responden dengan MLM syariah adalah pada jaminan kehalalan produk yang ditransaksikan. Dalam hal ini 44% responden yang menyatakan demikian. Hasil terakhir yang ditemukan dalam penelitian ini adalah adanya tambahan loyalitas mitra terhadap perusahaan MLM syariah. Uang meskipun sebagai tujuan dalam berbisnis, akan tetapi bukanlah hal yang paling pokok. Kehalalan produk, kejelasan akad, dan terhindarnya seseorang dari kemungkinan adanya penipuan yang dijamin dalam MLM syariah menjadi daya tarik tersendiri para mitra bergabung dengan MLM Syariah. Dari fenomena tersebut diharapkan agar perusahaan MLM syariah lebih aktif dalam menyebarkan informasinya, di satu sisi agar perusahaan MLM syariah terus maju dan berkembang, sementara di sisi lain agar adanya perlindungan terhadap mitra yang mayoritas adalah Muslim.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andi. (2020). Tumbuh 10%, Saban Bulan Industri MLM Catat Penjualan Rp 14 Triliun. *Kontan.Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/tumbuh-10-saban-bulan-industri-mlm-catat-penjualan-rp-14-triliun>
- Arum, I. M. (2012). Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.25-45>
- Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99–108.
- Dewi, I. E. K. (2015). *Bisnis Online Mavrodi Mondial Moneybox dalam pandangan ulama MUI Kota Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/292/>

- DSN MUI. (2009). *Fatwa DSN tentang Pedoman PLBS*.  
<https://drive.google.com/file/d/0BxTl-INihFyzckhwc3B3U0l6WVU/view?resourcekey=0-13xSwOyI-ff8tiP2dpnvaw>
- DSN MUI. (2022). *Senarai Perusahaan Bersertifikat*. DSN MUI.  
<https://dsnmui.or.id/sertifikasi/senarai-perusahaan-bersertifikat/>
- Ekasasi, S. R. (1994). *Sistem Multi Level Marketing: Alternatif Pemasaran Bisnis Eceran di Indonesia*. 3, 13–24.
- Fabrice, N. N. (2019). *THE ROLE OF MULTILEVEL MARKETING AND ENTREPRENEURSHIP IN UNEMPLOYMENT REDUCTION*. Centria University.
- Fimauidina, N. R. (2020). Urgensi Sertifikasi Syariah Bagi Rumah Sakit. *Journal of Islamic Business Law*, 4(3), 1–12.
- Gazali. (2018). *Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah*. 13(2), 15–21.
- Ghoni, A. (2022). *Sepuluh Langkah Praktis Penelitian dengan SPSS*. STIU DQ Press.
- Huda, C. (2013). SYARI'AH DALAM PERSPEKTIF PELAKU BISNIS MLM SYARI'AH AHADNET INTERNASIONAL ( Studi Kasus di Kota Semarang ). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 55–74. <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.2.779>
- Jauhari, M. S. (2019). *Fatwa Ulama Indonesia dan Timur Tengah Mengenai MLM*. Nusa Litera Inspirasi.
- Jauhari, M. S., Muslim, M. B., & Saepullah, S. (2021). Multi Level Marketing (MLM) in Fatwa DSN MUI. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(1).  
<https://doi.org/10.15408/aiq.v13i1.20439>
- Kah, R. D. (2012). *TEORI INVISIBLE HAND ADAM SMITH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. 14.
- Kemnaker: 72.983 Pekerja Kena PHK Selama Pandemi Covid-19*. (2021).  
<https://www.liputan6.com/me/seo.intern>.
- Khoiriyah, K. (2021). Urgensi Labelisasi Halal Daging Impor di Indonesia. *JURNAL AL-QARDH*, 6(1), 52–66. <https://doi.org/10.23971/jaq.v6i1.2817>
- Latifah, N. A. (2017). Multi Level Marketing dalam Perspektif Syariah. *Jurnal IAIN Tulungagung*, 1–16.
- Lutfiyah, Z. (2016). *URGENSI SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PRODUK PANGAN, BARANG DAN JASA SERTA OBAT-OBATAN DALAM KAITANNYA DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA*. 27.
- M. Sururi. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Pembelian Produk*. 1(1), 47–56.
- Mardiantoro, I. (2010). *Multi Level Marketing itu Baik atau Buruk*. 13, 8.

- Marimin, A., Romdhoni, A. H., & Fitria, T. N. (2016). BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PANDANGAN ISLAM. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 2(02). <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>
- Maulana, H. (2011). *MULTIAKAD DALAM TRANSAKSI SYARIAH KONTEMPORER PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA*. 1, 24.
- Mubarok, J. & Hasanudin. (2020). *Akad Jual Beli*. Simbiosis Rekatama Media.
- Mulachela, H., Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game” , <https://katadata.co.id/muchamadnafi/finansial/611494417e8d6/mirip-mlm-hati-hati-penipuan-money-game>, Penulis: Husen Mulachela, & Editor: Muchamad Nafi. (2021). *Mirip MLM, Hati-hati Penipuan Money Game*. Husen Mulachela Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game" , <https://katadata.co.id/muchamadnafi/finansial/611494417e8d6/mirip-mlm-hati-hati-penipuan-money-game> Penulis: Husen Mulachela Editor: Muchamad Nafi
- Nasution, R. A., & Angela Saskia Widjajanto. (2007). *Proses Pembentukan Kepercayaan Konsumen*. 6(2), 95.
- Nurhayati, N. (2018). MEMAHAMI KONSEP SYARIAH, FIKIH, HUKUM DAN USHUL FIKIH. *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 2(2), 124–134. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i2.1620>
- Prasetyo, W. B. (2021, March 5). 2021, Potensi Ekonomi Industri Direct Selling Diperkirakan Rp 21 Trililun. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/741715/2021-potensi-ekonomi-industri-direct-selling-diperkirakan-rp-21-trililun>
- Ri'asah al-'Ammah li al-Buh}u>th al-'Ilmi>*. (n.d.). al-Mamlakah al-'Arabiyyah al-Su'u>diyyah; 22935. Retrieved January 7, 2022, from <https://www.alifta.gov.sa/Ar/IftaContents/Pages/FatawaDetails.aspx?View=Page&PageID=15192&CultStr=ar&PageNo=1&NodeID=1&BookID=3>
- Sani, A. F. I. (2019). *Munas Alim Ulama NU Menyatakan Bisnis MLM Haram*. <https://nasional.tempo.co/read/1180683/munas-alim-ulama-nu-menyatakan-bisnis-mlm-haram/full&view=ok>
- Sukmono, B. R. (2013). *Pengaruh Label Syariah pada Lembaga Perbankan terhadap Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Veena. (2014). *Self Employment Opportunity for Women in Multi Level Marketing*. 2(2), 24–37.

