

**ANALISIS BISNIS MULTILEVEL MARKETING  
PERUSAHAAN *HERBALIFE NUTRITION* BERDASARKAN  
FATWA MUI NO 75/DSN MUI/VII/2009 TENTANG  
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH /  
PLBS**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Hukum Fakultas Hukum**

**Oleh:**

**MUHAMMAD LUQMAN WAHID**

**C100140363**

**PROGRAM STUDI HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Analisis Bisnis Multilevel Marketing Perusahaan Herbal Life Nutrition  
Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang  
Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh:

**MUHAMMAD LUQMAN WAHID**

**C100140363**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing



**Multimatun Ni'ami SH., M.Hum**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS BISNIS MULTILEVEL MARKETING PERUSAHAAN *HERBALIFE*  
*NUTRITION* BERDASARKAN FATWA MUI NO 75/DSN MUI/VII/2009  
TENTANG PENJUALAN LANGSUNG BERJENANG SYARIAH /PLBS

OLEH  
MUHAMMAD LUQMAN WAHID  
C100140363

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Hukum  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Kamis, 07 November 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Mutimatun Ni'ami, SH., M.Hum  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Kelik Wardiono, S.H., M.H.  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Wardah Yuspin, S.H., M.Kn., P.hD.  
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)

(.....)

(.....)

Dekan



Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum  
NIK 537/NIDN. 0727085803

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 04 November 2019

Penulis



**MUHAMMAD LUQMAN WAHID**

**C100140363**

**ANALISIS BISNIS MULTILEVEL MARKETING PERUSAHAAN  
HERBALIFE NUTRITION BERDASARKAN FATWA MUI NO 75/  
DSN MUI/VII/2009 TENTANG PENJUALAN LANGSUNG  
BERJENJANG SYARIAH /PLBS**

**Abstrak**

Pedoman Perilaku dan Etika Bisnis *Herbalife Nutrition* (Pedoman) mengenai dasar untuk berperilaku di *Herbalife Nutrition* dan dimanapun menjalankan bisnis yang diperkuat oleh Program Etika dan Kepatuhan yang lebih luas, yang mencakup, antara lain, kebijakan yang direferensikan dalam Pedoman, kampanye kesadaran, dan program pelatihan. Semua karyawan *Herbalife Nutrition* diwajibkan untuk mematuhi Pedoman, kebijakan, dan untuk bertindak sesuai dengan semua undang-undang yang berlaku. Selain itu, non-karyawan yang memiliki hubungan bisnis dengan *Herbalife Nutrition* harus mematuhi prinsip-prinsip terpenting terkait kejujuran, integritas, dan pengambilan keputusan etis merupakan bagian daripada ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Permendag) No. 32/M-DAG/PER/8/2008 Pasal 1 Angka 1 Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008. Support sistem *herbalife* terdiri dari sistem pendidikan dan sistem penunjang berupa; a) sistem pendidikan; b) Sistem penunjang produk yang telah teruji di; c) Laboratorium Nutrisi Seluler dan Molekuler Mark Hughes sesuai dengan ketentuan Fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) mengenai; a) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; b) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, dharar, dzulm, maksiat, riba. Upaya-upaya yang sudah ditempuh dalam mencapai profesional kerja yang dilakukan oleh independent distributor antara lain : (1) melakukan bimbingan, pelatihan, pendidikan mengenai *Herbalife* kepada para independent distributor dan pelanggan. (2) Upline melakukan pendampingan kepada disributor saat melakukan *follow up* atau dalam mempromosikan produk. (3) Pertemuan yang diadakan khusus untuk independent distributor dalam membahas permasalahan yang terjadi di pasar dan saling menanggapi dan memberikan solusi untuk para distributornya. (4) Melakukan acara *Nutrilon Club* yang mempromosikan produk *Herbalife* dalam menarik minat konsumen untuk mencoba produknya dan membeli produk tersebut.

**Kata Kunci:** perjanjian herbalife, sisitem perjanjian herbalife, penyelesaian perjanjian herbalife

**Abstract**

The Herbalife Nutrition Code of Business Conduct and Ethics (Guidelines) on the basis for behavior in Herbalife Nutrition and wherever running a business that is strengthened by the broader Ethics and Compliance Program, which includes, inter alia, the policies referenced in the Guidelines, awareness campaigns and training programs . All Herbalife Nutrition employees are required to comply with the Code, policies and to act in accordance with all applicable laws. In addition,

non-employees who have a business relationship with Herbalife Nutrition must comply with the most important principles related to honesty, integrity, and ethical decision making are part of the provisions of the Minister of Trade Republic of Indonesia Regulation (Permendag) No. 32 / M-DAG / PER / 8/2008 Article 1 Number 1 Permendag No. 32 / M-DAG / PER / 8/2008. Herbalife support system consists of an education system and a support system in the form of; a) education system; b) Product support systems that have been tested on; c) Mark Hughes Cellular and Molecular Nutrition Laboratory in accordance with the provisions of Fatwa No: 75 / DSN-MUI / VII / 2009 which must be carried out by PLBS (Sharia Tiered Direct Sales) concerning; a) The product or service product traded is not something that is forbidden and or that is used for something that is unlawful; b) Transactions in the trade do not contain elements of gharar, maysir, dharar, dzulm, immoral, usury.(2) Upline provides assistance to distributors when following up or promoting a product. (3) Meetings held specifically for independent distributors in discussing problems that occur in the market and respond to each other and provide solutions for their distributors. (4) Conducting the Nutrilon Club event to promote Herbalife products in attracting consumers to try their products and buy the products.

**Keywords:** herbalife agreement, herbalife agreement system, herbalife agreement settlement

## 1. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang *rahmatan lil 'alamin* bukan saja mengatur tentang hubungan manusia dengan pencipta-Nya, akan tetapi Islam juga mengatur hubungan sesama manusia, dimana keduanya tidak dapat dipisahkan satu sama lain (Syarifuddin, 2010). Salah satu hubungan sesama manusia ialah dengan cara berbisnis.

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang cukup signifikan dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mampu mempengaruhi kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Salah satu bisnis yang lagi populer saat ini adalah *Multi Level Marketing*(MLM).

*Multi Level Marketing* berasal dari bahasa Inggris, dimana *multi* yang berarti banyak, sedangkan *level* berarti tingkatan dan *marketing* adalah yang berarti pemasaran. Jadi *multi level marketing* adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan

menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2007).

Secara lebih lanjut Rachmawati Puspitasari mengungkapkan bahwa MLM memiliki unsur-unsur diantaranya: Terdapat jenjang atau level; Melakukan perekrutan anggota baru; Penjualan produk; Terdapat sistem pelatihan; Adanya komisi (Puspitasari, 2008).

MLM juga biasa disebut sebagai *network marketing*. Hal ini dikarenakan anggota daripada sebuah kelompok akan semakin bertambah banyak, sehingga dari bertambahnya tersebut maka membentuk sebuah jaringan kerja (*network*) yang merupakan bagian dari sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekelompok orang yang bekerja melakukan pemasaran (Dewi, 2005).

Perkembangan industri bisnis MLM di Indonesia memberi dampak positif bagi kemajuan perekonomian nasional. Masyarakat Indonesia yang memperoleh sumber penghidupan melalui industri ini sekurang-kurangnya berjumlah 4,5 juta jiwa dan masih akan bertambah lagi (Rachmawati, 2014).

Pengertian normatif diberikan dalam penjelasan Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa yang dimaksud dengan “penjualan langsung secara multilevel” adalah penjualan Barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan Barang kepada konsumen. Berdasarkan pada konsep tersebut, maka sangat dimungkinkan konsumen produk dari sebuah perusahaan MLM untuk ikut memasarkan produk mereka, dengan syarat menjadi anggota atau masuk dalam jaringan pemasaran perusahaan tersebut.

Ketika bisnis MLM dilihat dari perpektif hukum perdata terdapat syarat-syarat terjadinya suatu persetujuan yang sah, yaitu Pasal 1320 KUHPperdata: "Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat; kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; kecakapan untuk membuat suatu perikatan; suatu pokok persoalan tertentu; suatu sebab yang tidak terlarang."

Fatwa DSN MUI terkait MLM adalah fatwa No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS. Dalam fatwa tersebut dicantumkan beberapa hal yaitu: Pertimbangan: yang menjadi bahan pertimbangan dasar bagi fatwa ini adalah telah merebaknya praktik penjualan barang dan jasa dengan sistem MLM yang berpotensi merugikan masyarakat serta ketidak pastian pelaksanaannya, apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah ataukah belum, sehingga DSN MUI melihat perlunya fatwa mengenai MLM atau PLBS.

Dasar hukum: dasar hukum yang dipakai dalam fatwa tersebut adalah beberapa Al-Quran, hadits dan kaidah fiqh. Untuk ayat Al-Quran yang menjadi dasar hukumnya adalah:

QS. al-Nisa" [4]: 29:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

QS. al-Ma`idah [5]: 1:

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.

Dalam fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM, agar dalam sistemnya dapat berjalan sesuai syari'ah. Ketentuan-ketentuan dalam fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS ( Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) adalah sebagai berikut:

Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, dharar, dzulm, maksiat, riba Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan



(excessive mark-up), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.

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. Dalam hal menetapkan nilai-nilai insentif haruslah adil dan sesuai dengan kemampuan kerjanya. Bonus seorang Upline tidak boleh mengurangi hak downlinennya, sehingga tidak ada yang didhzalimi.

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

Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syari'ah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat.

Setiap mitrainsaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Herbalife Nutrition merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang *multi level marketing* dimana dia menjualkan produknya berupa obat-obatan kesehatan. Setiap orang yang ingin bekerjasama dengan Herbalife Nutrition harus mengajukan permohonan sebagai member, setelah itu akan dilakukan survey kelayakan sebagai member. Jika sudah menjadi member, maka akan diberikan kiat atau pelatihan dalam menjalankan bisnis baik penjualan, menjadi sponsor, dan iklan maupun promosi. Akan tetapi dalam praktiknya terdapat beberapa pelanggaran kode etik oleh para member, dimana mereka menjual harga yang

berbeda dengan ketentuan dari perusahaan, selain itu juga terdapat beberapa memberi tidak melakukan pembayaran berkala selama 1 tahun sekali. Hal tersebut memberikan dampak perputaran uang menjadi terhambat.

Bisnis MLM yang lain adalah Tupperware, dimana bermula dari *Tupper Plastic Company* yang didirikan tahun 1937 di Amerika Serikat. Penemunya adalah seorang ahli kimia bernama Mr. Earl Silas Tupper. Mr. Earl Silas Tupper mendirikan perusahaan Tupper Plastic Company dan pabrik pertamanya di Farnumsville, Massachusetts, USA inilah produk plastik dengan merk Tupper Plastic mulai dijual tahun 1946 melalui toko dan katalog. Penyebaran katalog dilakukan dari tangan ke tangan, dari mulut ke mulut maka masyarakat menjadi paham apa itu Tupperware, bagaimana cara pemakaian barang Tupperware itu, serta memahami manfaat dari barang Tupperware. Selain memasarkan katalog Tupperware, cara menjualkan Tupperware bisa melalui party dari rumah ke rumah dengan membawa barang yang akan di presentasikan atau dipromosikan untuk menarik para pembeli.

Pada dasarnya sistem MLM adalah muamalah atau *buyu'* yang prinsip dasarnya boleh (mubah) selagi tidak ada unsur: *Riba'*, *Ghoror* (penipuan), *Dhoror* (merugikan atau mendhalimi pihak lain), *Jahalah* (tidak transparan). MLM adalah sarana untuk menjual produk (barang atau jasa), bukan sarana untuk mendapatkan uang tanpa ada produk atau produk hanya kamufase. Sehingga yang terjadi adalah *money game* atau arisan berantai yang sama dengan judi dan hukumnya haram. Produk yang ditawarkan jelas kehalalannya, karena anggota bukan hanya konsumen barang tersebut tetapi juga memasarkan kepada yang lainnya. Sehingga dia harus tahu status barang tersebut dan bertanggung-jawab kepada konsumen lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis memilih judul skripsi sebagai berikut: Analisis Bisnis Multilevel Marketing Perusahaan *Herbal Life Nutrition* Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS.

## **2. METODE**

Pendekatan masalah yang digunakan yaitu *yuridis-empiris*, merupakan pendekatan terhadap hukum sebagai suatu norma berupa Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS dan dihubungkan dengan realita yang ada mengenai Bisnis *Multi Level Marketing* Perusahaan *Herbal Life Nutrition* (Waluyo, 2002). Jenis penelitian yang digunakan yaitu *deskriptif*, yang merupakan penelitian dengan memberikan gambaran nyata tentang Pelaksanaan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS lalu dianalisis dengan fakta empiris yang ada yaitu Bisnis *Multi Level Marketing* Perusahaan *Herbal Life Nutrition* (Soekanto, 1986).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Perspektif Hukum Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS**

Pedoman Perilaku dan Etika Bisnis *Herbalife Nutrition* (Pedoman) mengenai dasar untuk berperilaku di *Herbalife Nutrition* dan dimanapun menjalankan bisnis yang diperkuat oleh Program Etika dan Kepatuhan yang lebih luas, yang mencakup, antara lain, kebijakan yang direferensikan dalam Pedoman, kampanye kesadaran, dan program pelatihan. Semua karyawan *Herbalife Nutrition* diwajibkan untuk mematuhi Pedoman, kebijakan, dan untuk bertindak sesuai dengan semua undang-undang yang berlaku. Selain itu, non-karyawan yang memiliki hubungan bisnis dengan *Herbalife Nutrition* harus mematuhi prinsip-prinsip terpenting terkait kejujuran, integritas, dan pengambilan keputusan etis merupakan bagian daripada ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Permendag) No. 32/M-DAG/PER/8/2008 Pasal 1 Angka 1 Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008 adalah sebagai berikut:

Perusahaan *Herbalife* melakukan pemasaran mereka dengan penjualan secara langsung dari distributor resmi kepada calon konsumen yang sudah mendaftarkan diri sebagai member berhak untuk melakukan bisnis *Herbalife* dan

secara langsung sudah menjadi *Herbalife Independent Distributor* tidak sepenuhnya membiarkan para *Herbalife Independent Distributor* bekerja sendirian tanpa adanya pengarahan, perusahaan memberikan fasilitas agar bisnis *Herbalife* para *Herbalife Independent Distributor* ini berkembang. Perusahaan *Herbalife* memberikan pelatihan-pelatihan secara khusus kepada *Herbalife Independent Distributor* secara berkala, dari tingkat kota, negara, benua hingga seluruh dunia.

Setiap member mendapat kesempatan dan Rencana perusahaan herbalife yang sama berupa waktu, usaha dan komitmen yang diberikan perusahaan *herbalife* kepada setiap member dalam menjalankan bisnis *Herbalife*. Member adalah Mitra usaha perusahaan *Herbalife* yang dapat berfungsi sebagai konsumen/pengecer (distributor)/retailer (supervisor) yang menjual/ memasarkan produk-produk Herbalife. Seseorang yang ingin menjadi member, maka ia harus mengisi formulir pendaftaran dan membayar uang administrasi sebesar Rp 650.000,- Selanjutnya ia akan mendapat fasilitas-fasilitas berupa buku manual yang lux full color menjelaskan tentang: (a) Profil perusahaan herbalife, (b) Bisnis penjualan langsung, (c) Mengapa pilih herbalife, (d) Konsep kesehatan, (e) Rangkaian produk, (f) Rancangan Pemasaran herbalife, (g) Langkah permulaan, (h) Organizer pribadi, (i) Kode Etik dan Peraturan, (j) Panduan bisnis.

Perjanjian member *herbalife* dijalankan sesuai dengan fatwa tersebut, MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM, agar dalam sistemnya dapat berjalan sesuai syari'ah. Ketentuan-ketentuan dalam fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) adalah sebagai berikut: Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*. Tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syari'ah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat. Setiap mitrausaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban

melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. Tidak melakukan kegiatan money game.

Support sistem *herbalife* terdiri dari sistem pendidikan dan sistem penunjang berupa; a) sistem pendidikan; b) Sistem penunjang produk yang telah teruji di Laboratorium Nutrisi Seluler dan Molekuler Mark Hughes. Sesuai dengan ketentuan Fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) mengenai; a) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; b) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, dharar, dzulm, maksiat, riba.

Perspektif hukum mengenai perjanjian member *herbalife* jika dilihat dari aspek hukum Islam, maka berdasarkan Fatwa MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) sudah memenuhi aspek; a) Adanya obyek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa; b) Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan secara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syari'ah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat. C) Setiap mitrasaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut; d) Tidak melakukan kegiatan money game; e) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; f) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, dharar, dzulm, maksiat, riba.

Sistem MLM mengandung unsur gharar (spekulasi) yang diharamkan syariat. Karena, setiap orang yang ikut dalam jaringan ini, ia tidak tahu apakah akan berhasil merekrut anggota (downline) dalam jumlah yang diinginkan atau tidak. Ketiga Sistem MLM mengandung unsur memakan harta manusia dengan cara yang batil. Karena, yang mendapat keuntungan dari sistem ini hanyalah perusahaan MLM dan sejumlah kecil anggota dalam rangka mengelabui orang-orang untuk ikut bergabung (Tarmizi, 2013).

Sistem bisnis MLM diperbolehkan oleh syariat Islam dengan syarat: (1) transaksi (akad) antara pihak penjual (al-ba'i) dan pembeli (al-musyteri) dilakukan atas dasar suka sama suka ('an taradhin) dan tidak ada paksaan; (2) barang yang diperjualbelikan (al-mabi') suci, bermanfaat dan transparan sehingga tidak ada unsur kesamaran atau penipuan (gharar); dan (3) barang-barang yang diperjualbelikan memiliki harga yang wajar (Rahmawaty, 2014).

### **3.2 Proses Penyelesaian Hukum Terhadap Pelanggaran Bisnis *Multi Level Marketing***

Dampak negatif MLM menurut Dewan Syariah Partai Keadilan melalui fatwa No.02/K/DS-P/VI/11419, di antaranya: obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem ini, suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup hedonis ketika mengadakan acara rapat dan pertemuan bisnis, banyak yang keluar dari tugas dan pekerjaan tetapnya karena terobsesi akan mendapat harta yang banyak dalam waktu singkat. System ini akan memperlakukan seseorang (mitranya) berdasarkan targettarget penjualan kuantitatif material yang mereka capai yang pada akhirnya dapat mengindikasikan seseorang yang berjiwa materialis dan melupakan tujuan asasinya untuk dekat kepada Allah di dunia dan akhirat (Marimin, 2016).

*Herbalife* wilayah Boyolali terdapat sebagian besar pelanggaran yang dilakukan, menyebabkan komitmen distributor dalam bekerja rendah, dan sikap profesional dalam bekerja juga rendah karena tidak bekerja sesuai dengan aturan atau etika yang ada, diantaranya: distributor belum begitu mengenal pemasaran atau dunia bisnis yang sangat menjunjung tinggi etika dalam apapun; merugikan pelanggan distributor lainnya, dan bisnisnya menjadi tidak sehat; kecemburuan dikarenakan tidak adanya tindakan tegas dari upline apabila melakukan kesalahan, dapat merusak citra atau image dan reputasi *Herbalife* dalam menjalankan bisnisnya.

Pelanggaran yang dilakukan oleh member tersebut secara etika bisnis *herbalife* melanggar; a) Etika Dalam Me-Rekrut Atau Mensponsori dalam hal (1) Tidak mengambil tamu atau customer dari member lain; (2) Tidak melakukan proses pensponsoran secara tidak alami; (3) Menjaga kemurnian Rencana

Pemasaran /Marketing Plan Herbalife; b) Etika Berhubungan Antara member mengenai; (1) membicarakan gosip, isu atau hal-hal negatif sehingga menghancurkan mental orang lain; (2) Tidak mempromosikan bisnis lain selain Herbalife dan mencari keuntungan dari pertemuan-pertemuan Herbalife.

Upaya-upaya yang sudah ditempuh dalam mencapai profesional kerja yang dilakukan oleh independent distributor antara lain : (1) melakukan bimbingan, pelatihan, pendidikan mengenai *Herbalife* kepada para independent distributor dan pelanggan. Semakin banyak informasi yang dimiliki distributor mengenai bisnisnya, semakin mengerti apa saja yang harus ditaati, dihormati, dan menjaga reputasi bisnis tersebut. (2) Upline melakukan pendampingan kepada distributor saat melakukan *follow up* atau dalam mempromosikan produk. Pendampingan merupakan cara yang tepat untuk menilai bagaimana distributor atau downline menjalankan bisnisnya, karena dengan melakukan pendampingan dapat mengetahui secara langsung kinerja distributornya. (3) Pertemuan yang diadakan khusus untuk independent distributor dalam membahas permasalahan yang terjadi di pasar dan saling menanggapi dan memberikan solusi untuk para distributornya. (4) Melakukan acara *Nutrilon Club* yang mempromosikan produk *Herbalife* dalam menarik minat konsumen untuk mencoba produknya dan membeli produk tersebut.

Dalam hukum islam untuk terbentuknya suatu akad (perjanjian) yang sah dan mengikat haruslah dipenuhi rukun dan syarat akad. Syarat akad dibedakan menjadi empat macam yaitu (Mardani , 2013): Syarat terjadinya akad (kontrak) yaitu terbagi kepada syarat umum dan syarat khusus. Yang termasuk syarat umum yaitu rukun-rukun yang harus ada pada setiap akad, seperti orang yang berakad, objek akad, objek tersebut bermanfaat, dan tidak dilarang oleh syara”.

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

4.1.1 Perspektif Hukum Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* Berdasarkan Fatwa MUI No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS

Pedoman Perilaku dan Etika Bisnis *Herbalife Nutrition* (Pedoman) mengenai dasar untuk berperilaku di *Herbalife Nutrition* dan dimanapun menjalankan bisnis yang diperkuat oleh Program Etika dan Kepatuhan yang lebih luas, yang mencakup, antara lain, kebijakan yang direferensikan dalam Pedoman, kampanye kesadaran, dan program pelatihan. Semua karyawan *Herbalife Nutrition* diwajibkan untuk mematuhi Pedoman, kebijakan, dan untuk bertindak sesuai dengan semua undang-undang yang berlaku. Selain itu, non-karyawan yang memiliki hubungan bisnis dengan *Herbalife Nutrition* harus mematuhi prinsip-prinsip terpenting terkait kejujuran, integritas, dan pengambilan keputusan etis merupakan bagian daripada ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Permendag) No. 32/M-DAG/PER/8/2008 Pasal 1 Angka 1 Permendag No. 32/M-DAG/PER/8/2008.

Support sistem *herbalife* terdiri dari sistem pendidikan dan sistem penunjang berupa; a) sistem pendidikan; b) Sistem penunjang produk yang telah teruji di; c) Laboratorium Nutrisi Seluler dan Molekuler Mark Hughes sesuai dengan ketentuan Fatwa No: 75/DSN-MUI/VII/2009 yang wajib dilakukan oleh PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah) mengenai; a) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; b) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, dharar, dzulm, maksiat, riba..

#### 4.1.2 Proses Penyelesaian Hukum Terhadap Pelanggaran Bisnis *Multi Level Marketing*

Upaya-upaya yang sudah ditempuh dalam mencapai profesional kerja yang dilakukan oleh independent distributor antara lain : (1) melakukan bimbingan, pelatihan, pendidikan mengenai *Herbalife* kepada para independent distributor dan pelanggan. Semakin banyak informasi yang dimiliki distributor mengenai bisnisnya, semakin mengerti apa saja yang harus ditaati, dihormati, dan menjaga reputasi bisnis tersebut. (2) Upline melakukan pendampingan kepada disributor saat melakukan *follow up*



atau dalam mempromosikan produk. Pendampingan merupakan cara yang tepat untuk menilai bagaimana distributor atau downline menjalankan bisnisnya, karena dengan melakukan pendampingan dapat mengetahui secara langsung kinerja distributornya. (3) Pertemuan yang diadakan khusus untuk independent distributor dalam membahas permasalahan yang terjadi di pasar dan saling menanggapi dan memberikan solusi untuk para distributornya. (4) Melakukan acara *Nutrilon Club* yang mempromosikan produk *Herbalife* dalam menarik minat konsumen untuk mencoba produknya dan membeli produk tersebut.

#### **4.2 Saran**

Untuk pelaku usaha Herbalife, diharapkan kedepannya mampu menjelaskan dengan detail mengenai bisnis yang dijalankan sehingga konsumen atau member tidak merasa tertipu dan tidak melakukan pelanggaran pada perjanjian.

Untuk member atau konsumen, diharapkan kedepannya mempelajari lebih jelas mengenai bisnis MLM yang sedang marak atau populer sehingga tidak merasa tertipu. Selain itu konsumen yang sudah menjadi member menjalankan perjanjian yang disepakati dengan baik tanpa melakukan pelanggaran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dewi, Gemala, et al. (2005). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Tarmizi, Erwandi. (2013). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Cet. ke-5, hal. 299-308, eBook Islam [www.ibnumajjah.com](http://www.ibnumajjah.com)
- Fatwa No 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah /PLBS
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2007). *Marketing Management, Alih Bahasa: Benyamin Molan, Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Mardani. (2013). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika
- Marimin, Agus, et.all. (2016). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02, No. 02, Juli 2016
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Permendag) No. 32/M-DAG/PER/8/2008

- Rachmawati, Puspitasari. (2008). Multi Level Marketing pada Perusahaan Tianshi Solo Ditinjau dari Hukum Islam. Surakarta. *Disertasi*. Universitas Muhamadiyah
- Rahmawati, Anita. (2014). *Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam*, Volume 2, No.1, Juni 2014
- Soekanto, Soerjono. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press
- Syarifuddin, Amir. (2010). *Garis-garis Besar Fiqih, Cetakan Ke-3*. Jakarta: Pranada Media Group
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Waluyo, Bambang. (2002). *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta. Sinar Grafika.