

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Benyamin Higgins, seorang pakar ekonomi menyatakan bahwa : Indonesia merupakan contoh negara berkembang yang paling gagal melaksanakan proses pembangunan ekonomi. Penilaian yang sama buruknya datang dari J. Panglaykim dan H.W. Arndt yang sangat pro terhadap kebijakan pintu terbuka yang dilakukan oleh rezim Orde Baru. Hal ini sebagaimana penuturannya dalam “*Ekonomi Indonesia*”,<sup>1</sup> bahwa : “Siapa yang menganggap bahwa Indonesia dalam kondisi ekonomi yang baik, pasti mereka belum mengadakan studi yang mendalam tentang permasalahan yang terjadi sebenarnya”.

Selanjutnya, apabila Indonesia memenuhi semua kewajiban utang luar negeri, konsekuensinya tidak ada lagi devisa yang tersisa untuk membiayai anggaran pembangunan rutin yang dibutuhkan. Pada tahun 1965, inflasi meningkat mencapai lebih dari 500 persen dan pada era 1950-an, defisit anggaran belanja negara adalah 10 sampai 30 % dari total penerimaan dan meningkat di tahun 1960-an menjadi lebih dari 100 persen, bahkan pada tahun 1965 defisit tersebut mencapai 300 persen.<sup>2</sup>

---

1. Sjahrir, *Struktur Perekonomian harus Diubah*, Republika, 17 Mei 2001, Jakarta, Hal. 4

2. Hal Hill, *Ekonomi Indonesia*, Murai Kencana, Jakarta, 2001, hal. 16.

Keadaan ini diperparah lagi pada dekade tahun 1997-an, yakni krisis moneter dan ekonomi yang melanda Indonesia; yang mengecilkan arti berbagai pencapaian pembangunan tersebut. Krisis tersebut pada satu sisi telah menimbulkan lonjakan pengangguran dan dengan cepat meningkatkan kemiskinan di pedesaan dan perkotaan. Namun pada sisi lain krisis itu juga telah menyadarkan kita bahwa pendekatan yang dipilih dalam penanggulangan kemiskinan perlu diperkaya dengan upaya pengokohan keberdayaan lembaga-lembaga di masyarakat agar pada masa berikutnya upaya penanggulangan kemiskinan dapat dijalankan sendiri oleh masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan.

Selanjutnya, kondisi ekonomi tersebut di atas dengan adanya lingkungan bisnis yang kompetitif menjadi syarat penting untuk menumbuhkan potensi ekonomi ekonomi daerah otonom, baik Kabupaten maupun Kota. Dari sini, kemandirian bisa dicapai setahap demi setahap. Tanpa kemandirian, prinsip-prinsip otonomi daerah tidak akan banyak artinya.

Terlepas dari sikap pro dan kontra, bagaimanapun keadaanya sejak peraturan tentang otonomi daerah No. 22 Tahun 1999 diberlakukan, pemerintah daerah otonom tidak hanya mendapat keleluasaan untuk mengelola keuangan, tetapi juga dituntut untuk mampu menggali potensi yang ada di daerahnya sendiri. Dari sinilah, Pemda diharapkan dapat “menolong dirinya sendiri” untuk tidak lagi bergantung pada subsidi pusat.

Tantangan seperti itu, dapat memberikan stimulan terhadap proses pertumbuhan dunia usaha di daerah. Dengan tersedianya lingkungan bisnis yang

kompetitif akan mendorong terbangunnya iklim yang kondusif bagi pertumbuhan sektor informal.<sup>3</sup>

Istilah sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan sejumlah kegiatan ekonomi berskala kecil Sektor informal dalam hal ini, terutama dianggap sebagai suatu manifestasi dari situasi pertumbuhan kesempatan kerja di negara sedang berkembang karena itu mereka yang memasuki kegiatan berskala kecil ini di kota, terutama bertujuan untuk mencari kesempatan kerja dan pendapatan daripada memperoleh keuntungan. Karena mereka yang terlibat dalam sektor ini pada umumnya miskin, berpendidikan sangat rendah, tidak trampil, dan kebanyakan para imigran, jelaslah bahwa mereka bukanlah kapitalis yang mencari investasi yang menguntungkan dan juga bukan pengusaha yang terkenal pada umumnya. Cakrawala mereka nampaknya pada pengadaan kesempatan kerja dan menghasilkan pendapatan yang langsung bagi dirinya sendiri.

Aktivitas-aktivitas informal tidak terbatas pada pekerjaan-pekerjaan di pinggiran-pinggiran kota besar, tetapi bahkan juga meliputi berbagai aktivitas ekonomi. Aktivitas-aktivitas informal adalah cara melakukan sesuatu yang ditandai dengan :

- a. Mudah untuk dimasuki;
- b. Bersandar pada sumberdaya lokal;
- c. Usaha milik sendiri;
- d. Operasionalnya dalam skala kecil;
- e. Padat karya dan teknologinya bersifat adaptif;

---

3. HM. Darip Mulyana, *Otonomi Daerah dan Kesempatan Usaha Lokal*, Republika, 17 Februari 2003 : 5.

- f. Keterampilan dapat diperoleh di luar sistem sekolah formal; dan
- g. Tidak terkena langsung oleh regulasi dan pasarnya bersifat kompetitif.<sup>4</sup>

Menurut M. Rusli Karim<sup>5</sup>, bahwa konsep sektor informal merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi dan menyasai kemiskinan. Kegiatan sektor informal ini perlu ditingkatkan melalui usaha-usaha pembinaan dalam bidang ketatalaksanaan dan teknik pemasaran.

Pendekatan pengembangan sektor informal sekurang-kurangnya mempunyai dua keuntungan, yaitu :

- Pertama*, pendekatan ini secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan diri dan merangsang munculnya motivasi-motivasi baru dalam diri pekerjaan dan
- Kedua*, pendekatan ini secara tidak langsung dapat merangsang pertumbuhan ekonomi nasional

Dengan mengadakan lapangan kerja dan mutu terdapat di dalam Islam serta dorongan bekerja dan mencari rezeki itu adalah salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap manusia.<sup>6</sup> Sesungguhnya menurut Islam, bahwa sebaik-baiknya rezeki ialah bila didapatkan dengan usaha kerja tangan seorang dan kehinaan bagi manusia yang menganggur yaitu mereka yang menjadi beban bagi masyarakat. Islam tidak menjadikan alasan kemiskinan dan kemaslahatan sebagai penderitaan hidup, sebab Islam tidak menyuruh manusianya bermalas-malasan dan menyerah diri kepada keadaan tanpa menggunakan tenaga dan pikirannya semaksimal mungkin.

---

4. Todaro dan Stilkind, *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*, Jakarta, 2001, Hal : 6.

5. M. Rusli Karim, *Dinamika Ekonomi dan Iptek dan pembangunan*, PT Tiara Wacana, Yogyakarta, 1992 : 32.

6. Fachruddin, *Ekonomi Islam*, Jakarta, 1982, Hal : 91

Salah satu kegiatan informal yang mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat yaitu *Multi Level Marketing (MLM)*. Dalam perkembangannya, *MLM* pertama kali digunakan dan diterapkan oleh sebuah perusahaan Amerika pada tahun 1939, Nutrilite<sup>7</sup> yang kemudian berkembang ke seantero dunia. Di dalam usahanya *Multi Level Marketing (Network Marketing)* merupakan pergerakan barang maupun jasa dari produsen ke konsumen yang telah mendapatkan informasi tentang produk maupun jasa tersebut secara iklan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Advertising*), dari pengiklanan tersebut perusahaan akan memberi imbalan berupa *residual income* secara berkelanjutan.<sup>8</sup>

Sudah cukup lama umat Islam di Indonesia, demikian juga di belahan dunia Islam lainnya mengalami berbagai kendala dalam pengembangan potensi dan pengembangan ekonominya. Salah satu di antaranya disebabkan oleh penyakit dualisme ekonomi syariah yang cukup kronis. Dualisme ini muncul sebagai akibat dari ketidakmampuan umat untuk menggabungkan dua disiplin ekonomi dan syariah yang seharusnya saling mengisi dan menyempurnakan. Di satu pihak kita mendapatkan para ekonom, bankir, dan *businessman* yang aktif dalam menggerakkan roda pembangunan ekonomi tetapi lupa membawa pelita agama karena memang tidak menguasai syari'ah, terlebih lagi fiqh muamalah secara mendalam. Di lain pihak kita menemukan para Kyai dan Ulama menguasai secara mendalam konsep-konsep fiqh, dan ushul fiqh, ulumul Qur'an serta disiplin lainnya. Tetapi mereka "kurang menguasai dan memantau" tentang fenomena

---

7. Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta, 2000, Hal : 170

8. D'Hiru, *Mitra Sukses*, Depok, 2003, Hal : 10-11

ekonomi dan gejolak bisnis yang terjadi di sekelilingnya. Akibatnya ada semacam tendensi *da'kulla umuruddunya lil qaisar wa fawwidh kulla umuril akhirah lil baba* (Let's everything related to the worldly matters to the king, and religious to the pope), “ Biarlah para Kyai mengatur urusan akhirat, dan mereka para Bankir dan Trader mengatur urusan dunia; padahal umat Islam adalah risalah untuk dunia dan akhirat.<sup>9</sup>

Untuk menjamin terwujudnya kemaslahatan individu dan masyarakat, sistem ekonomi Islam<sup>10</sup> menyediakan beberapa landasan teoritis, sebagai berikut :

1. Keadilan ekonomi (*al- 'Adalah al-Istisadiyah*)
2. Jaminan sosial (*at-Takaful al-Ijtima'i*)
3. Pemanfaatan sumber-sumber daya ekonomi produktif secara efisien.

Dalam sistem ekonomi Islam tidak semua barang dapat diproduksi atau dikonsumsi. Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang (*silah*) atau komoditas ke dalam dua kategori menurut Abdul Fatah M. Farah, yaitu :

1. Barang-barang yang disebut al-Qur'an, *Thayyihat* yaitu barang-barang yang secara hukum halal dikonsumsi dan diproduksi.
2. *Khabbaitis*, yaitu barang-barang yang secara hukum haram dikonsumsi dan diproduksi.

Hal ini seperti firman Allah SWT dalam QS. surat al-A'raf ayat 157 :

---

9. Muhammad, *Bank Syari'ah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, Ekonisia, Yogyakarta, 2002, hal. 9.

10. Rustam Effendi, *Produksi Dalam Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2003, Hal : 13

... ويحل لهم الطيبات ويحرم الخبائث ...

Artinya : "... dan menghalalkan bagimu mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka yang buruk ...."<sup>11</sup>

Berdasarkan ayat di atas, M. Farah<sup>12</sup> menyimpulkan bahwa kriteria "*thayyibat*" dan "*khabayts*" yang berlaku bagi barang, juga berlaku bagi jasa.

Selain syarat-syarat di atas, ada beberapa hal yang harus dihindari dalam bisnis, yaitu :<sup>13</sup>

1. Transaksi *najasy* yaitu si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya dengan harga tinggi agar orang lain tertarik.
2. *Ikhtikar* yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.
3. *Ghaaban faa-hisy* (besar) dilarang yaitu menjual di atas harga pasar.

Dari syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu bisnis dalam ekonomi Islam, maka penulis akan membahas tentang bagaimana pandangan hukum Islam terhadap bisnis MLM.

## B. Perumusan Masalah

Untuk mempermudah mengetahui kejelasan yang ada dalam Skripsi ini, maka penulis membagi dalam tiga bagian, yaitu :

### 1. Identifikasi Masalah

---

11. Depag RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, CV. Diponegoro, Bandung, 2000, hal. 135

12. *Ibid.*, 2003, Hal. 15.

13. Rachmat Syafe'i *Fiqih Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, hal. 189, 2001

a. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah Hukum Ekonomi Islam.

b. Pendekatan Penelitian

Untuk pendekatan penelitian, penulis menggunakan pendekatan normatif.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam skripsi ini adalah deskriptif analisa, yakni menjelaskan tentang pandangan hukum Islam terhadap bisnis *MLM*.

2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam skripsi ini adalah mekanisme/cara kerja bisnis *MLM*.

3. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian di atas dapat dirumuskan pertanyaan pokok adalah sebagai berikut :

a. Bagaimana mekanisme bisnis *Multi Level Marketing* ?

b. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing*?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh data tentang mekanisme bisnis *Multi Level Marketing*.

2. Untuk memperoleh data tentang pandangan hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing*.



#### D. Kerangka Pemikiran

Banyak perusahaan *Multi Level Marketing (MLM)* di Indonesia saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa laju perkembangan *MLM* di Indonesia terjadi dengan cukup pesat. Sayangnya banyak orang yang tidak mengerti arti sebenarnya dari *MLM*. Banyak orang yang menyatakan bahwa *MLM* ini merupakan suatu terobosan baru yang hebat sehingga menghasilkan kekayaan dengan sangat cepat. Di sisi lain, banyak orang yang menyatakan bahwa semua *MLM* bisa dikategorikan ke dalam skema penipuan keuangan (*money game*) sehingga muncul penolakan dari masyarakat dengan keberadaan *MLM*.

*MLM* merupakan suatu penjualan. Sebagaimana sebuah bisnis, *MLM* memenuhi persyaratan sebagai bisnis murni, yaitu bisnis pemasaran. Bisnis pada dasarnya adalah suatu kegiatan individu maupun organisasi untuk menghasilkan suatu produk kemudian menjualnya untuk mendapatkan keuntungan. Ada tiga kata kunci, yaitu produk, menjual, dan keuntungan.<sup>14</sup> Tanpa produk bukanlah bisnis. Itu sebabnya, sampai saat ini kalau ada bisnis tanpa produk, diragukan.

Bisnis *MLM* bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tentu dengan wajar. Keuntungan sesuai dengan adanya keuntungan ini, bisnis bisa berkelanjutan. Keuntungan dapat merupakan pemupukan modal, dapat dijadikan sumber untuk berkembang. Pembukaan cabang baru, memperluas jaringan memerlukan biaya. Biaya ini sebagian diambil atau disishkan dari keuntungan. Dengan adanya keuntungan, perusahaan akan dinamis.

---

14. Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM secara Cerdas dan Halal Peluang Bisnis Kontroversial yang Berkembang pesat*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002, hal.13.

*MLM* yang baik biasanya bergabung di dalam APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Setiap perusahaan *MLM* yang ingin bergabung dalam APLI, diseleksi dan diteliti dulu memenuhi persyaratan atau tidak sebagai perusahaan yang bergerak dalam penjualan langsung.

Di Indonesia, belum ada Undang-Undang yang mengatur secara khusus tentang bisnis *MLM*. Semua aturan main ada dalam kode etik perusahaan *MLM* masing-masing. Kode Etik sebuah perusahaan *MLM* harus disampaikan secara terbuka kepada anggotanya.

Perdagangan adalah bagian dari bisnis. Bisnis ini banyak cabangnya, perdagangan merupakan bagian dari bisnis itu. Islam dengan segala kesempurnaan mengatur umatnya dalam segala aspek kehidupan, begitu juga dalam bidang muamalah. Perdagangan atau tjarah merupakan lapangan pekerjaan yang luas dan tanpa batas.

Dari literatur Islam, perdagangan diatur dalam fiqih muamalah. Muamalah mengatur akad untuk membina kerja sama dalam segala bidang. Salah satu bentuk perkongsian (*syirkah*) yaitu *syirkah uqud* yang berarti perkongsian yang terbentuk karena suatu kontrak.<sup>15</sup> Perkongsian ini banyak dilakukan oleh manusia karena di dalamnya tidak disyaratkan adanya kesamaan dalam modal dan pengolahan (*tasharruf*). Boleh saja modal satu orang lebih banyak dibandingkan yang lainnya, sebagaimana dibolehkan juga seseorang bertanggung jawab sedang

---

15. *Ibid*, 2001, Hal. 189.

yang lain tidak. Begitu pula dalam bagi hasil, dapat sama dan dapat juga berbeda, bergantung pada persetujuan, yang mereka buat sesuai dengan syarat transaksi.

*Syirkah inan* mempunyai karakter yaitu besarnya penyertaan modal dari masing-masing anggota tidak harus identik. Masing-masing anggota mempunyai hak penuh untuk aktif langsung dalam pengelolaan usaha, tetapi ia juga dapat menggugurkan hak tersebut dari dirinya.

Karakteristik dari *syirkah inan* ini relevan dengan unsur-unsur dalam pola kerja bisnis MLM.

Aktivitas jual-beli ini (perdagangan/bisnis), Islam memberikan tuntunan. Tuntunan agama sangat jelas mengatakan bahwa diharamkan riba dan dibalalkan jual beli. Allah menetapkan sesuatu itu haram, karena kegiatan tersebut pasti menyebabkan celaka, merusakkan, dan keruntuhan. Haram atau halal adalah merupakan masalah fikih, masalah hukum. Hal inilah yang akan dibahas oleh penulis.

Faktor-faktor yang menyebabkan rusaknya perjanjian jual-beli dalam realitas kehidupan modern sekarang ini,<sup>16</sup> antara lain adalah Objek jual beli yang haram, riba, kecurangan dan syarat-syarat rusak yang menggiring kepada riba, kecurangan atau kedua-duanya.

---

16. Abdullah al-Mushlih dan Shahah ash-Shawi, *Fiqh Ekonomi Keuangan Islam*, 2004. hal.97

Untuk lebih menentukan halal, dan syubhatnya bisnis *MLM* tak bisa dipukul rata. Namun, pelaku bisnis *MLM* harus memperhatikan syarat-syarat perjanjian/akad jual-beli dalam setiap operasionalnya.

### **E. Metodologi Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini adalah hukum Islam dan keterkaitannya dengan *Multi Level Marketing*, akan diungkapkan berdasarkan data-data pustaka atau bersifat kepustakaan murni, karena sumber datanya adalah buku-buku yang bertemakan sistem pemasaran Islam dan konvensional atau teks-teks nash yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits, makalah-makalah, jurnal-jurnal serta sumber lain yang berkaitan dengan tema yang diangkat.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan antara metode deskriptif analitis. Metode deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi secara rinci persoalan *MLM*. Sedangkan metode analitis digunakan untuk mengkaji hukum ekonomi Islam dan fenomena yang terjadi di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan tema yang diangkat.

### **F. Langkah-langkah Penelitian**

Untuk meneliti diperlukan sejumlah data kualitatif dan teknik pengumpulan data. Data tersebut dibutuhkan untuk memberikan nilai keilmiah penelitian ini yang pada gilirannya data tersebut akan dianalisis secara logik sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh pembaca. Sedangkan teknik pengumpulan bahan diperlukan menunjukkan hubungan logis antara data yang satu

dengan data yang lain. Maka oleh karena itu, dalam penelitian ini memakai metode penelitian normatif. Metode ini disusun secara deskriptif, yaitu penelitian dengan menggunakan metode ini tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang.

a. Sumber data

Sumber data membantu dalam penelitian ini adalah sumber data tertulis yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan inti masalah dalam penelitian ini. Sumber data tertulis dari sumber data primer dan sekunder. Sebagai sumber primer dalam hal ini adalah Bisnis *MLM* ditinjau dari perspektif Hukum Islam. Selain itu juga diambil dari bahan bacaan yang ada kaitannya dengan hukum ekonomi Islam tentang mekanisme bisnis *Multi Level Marketing*. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan analisis dari berbagai sumber, jurnal bacaan, buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif yang menyangkut data-data tentang masalah yang akan dibahas yaitu *Multi Level Marketing* melalui pendekatan normatif.

Langkah-langkah penelitian yang ditempuh adalah sebagai berikut :

1. Menginventarisasikan buku-buku ekonomi Islam yang berhubungan dengan *Multi Level Marketing*.
2. Menganalisis konsep tentang mekanisme bisnis *MLM*.

3. Menyeleksi sumber-sumber data yang relevan dari berbagai literatur dengan pembahasan skripsi ini.
4. Menganalisis data-data atau konsep-konsep yang ada kemudian melakukan analisis pada masing-masing konsep dan pada akhirnya akan menemukan suatu kesimpulan.

## G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Pada sub judul sistematika pembahasan penulis akan memaparkan hal-hal sebagai berikut :

- Bab Pertama : Adalah Pendahuluan, yang memuat Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, Langkah-langkah Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.
- Bab Kedua : Adalah Prinsip-prinsip Hukum Islam dalam Kerja Sama Bisnis (Syirkah) yang meliputi prinsip-prinsip pelaksanaan akad dalam Pandangan Islam, Macam-macam akad, dan Syirkah dan hukum-hukumnya.
- Bab ketiga : Adalah masalah Bisnis *MLM* sebagai Bisnis Modern yang meliputi definisi *MLM*, sejarah munculnya *MLM* sebagai bisnis modern, Mekanisme *MLM*, dan konsep distribusi dalam *MLM*.
- Bab keempat : Adalah tinjauan seputar Pandangan Hukum Islam terhadap Bisnis *MLM* yang meliputi Definisi Hukum Islam , Pola

Kerja Bisnis *MLM*, Etika dan Moralitas dalam Bisnis *MLM*, dan pandangan Hukum Islam terhadap Bisnis *MLM*.

Bab Kelima : Merupakan proses generalisir dari hasil interpretasi data yang telah dipaparkan pada Bab-bab sebelumnya sehingga menjadi suatu kesimpulan.