

**PRAKTIK JUAL BELI PRODUK DENGAN SISTEM *MULTI LEVEL*
MARKETING DALAM VIPLUS (STUDI DI KOTA PALANGKA RAYA)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)



Oleh:

DALIMA

NIM. 170213103

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS SYARI'AH, JURUSAN SYARI'AH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MU'AMALAH)
TAHUN 2021 M/ 1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP PRAKTIK *MULTI LEVEL*
MARKETING (MLM) DI *VIPLUS* (STUDI DI
KOTA PALANGKA RAYA)

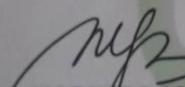
NAMA : DALIMA
NIM : 1702130103
FAKULTAS : SYARIAH
JURUSAN : SYARIAH
PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

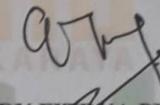
Palangka Raya, 25 Oktober 2021

Menyetujui:

Pembimbing I,

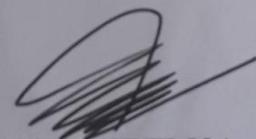
Pembimbing II,


NORWILI, M.HI
NIP.19700208 199803 2 001


ERRY FITRYA PRIMADHANI, M.H
NIP. 19900418 201609 0 722

Wakil Dekan 1 Bidang Akademik,

Ketua Jurusan Syari'ah,


Drs. SURYA SUKTI, M.A
NIP.19650516 199402 1 002


MUNIB, M.Ag.
NIP.196000907 199003 1 002

NOTA DINAS

Perihal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Dalima

Palangka Raya, 25 Oktober 2021

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari:

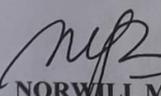
NAMA : **DALIMA**
NIM : **1702130103**
JUDUL : **TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP PRAKTIK MULTI LEVEL
MARKETING (MLM) DI VIPLUS (STUDI DI
KOTA PALANGKA RA**

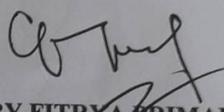
Sudah dapat diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH). Demikian
atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I

Pembimbing II


NORWILI, M.H.I
NIP.17700208199803 2 001


ERRY FITRYA PRIMADHANI, M.H
NIP. 19900418 201609 0 722

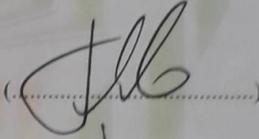
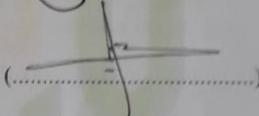
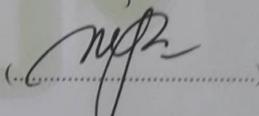
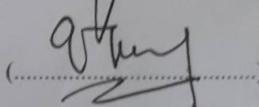
PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Praktik Jual Beli Produk Dengan Sistem *Multi Level Marketing* Dalam *Viplus* (Studi Di Kota Palangka Raya)” oleh Dalima NIM 1702130103 telah dimunaqasyahkan pada TIM *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya pada:

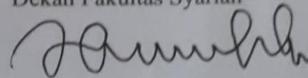
Hari : **Senin**
Tanggal : **1 November 2021 M**
25 Rabiul Awal 1443 H

Palangka Raya, 04 November 2021

Tim Penguji :

- 1 **Munib, M.Ag**
Ketua Sidang/Penguji 
- 2 **Hj. Tri Hidayati, M.H.**
Penguji I 
- 3 **Norwili, M.HI**
Penguji II 
- 4 **Erry Fitrya Primadhany, M.H**
Sekretaris Sidang/Penguji 

Dekan Fakultas Syariah



Dr. H. Abdul Helim, M.Ag.

NIP. 197704132003121003

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya praktik mutasi data dari member *vtube* ke *viplus* dengan bisnis *Multi Level Marketing* yang mana member tersebut mendapatkan *Shopping Point* sesuai dengan level mereka di *vtube*. *Shopping Point* tersebut diperoleh karena adanya usaha sebelumnya di *vtube*. Praktik yang ada dalam bisnis *viplus* tersebut dikaji berdasarkan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji tentang bagaimana praktik *shopping point* dalam penjualan produk *viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya dan untuk mengetahui dan mengkaji tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik *shopping point* dalam penjualan produk *viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan metode hukum sosiologis, dengan menggunakan pendekatan konseptual dan *social-legal* adapun subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *viplus* di Kota Palangka Raya, sedangkan objeknya adalah praktik sistem jual beli produk dalam *viplus*. Hasil penelitian ini adalah (1) Pada praktiknya *shopping point* dalam *viplus* diperoleh berdasarkan akad ju'alah, yang mana *shopping point* tersebut diperoleh melalui mutasi data dari member *vtube* ke *viplus*, yang pada saat menjadi member *vtube* sebelumnya telah memperoleh point. Selain itu, *shopping point* juga diperoleh member melalui membeli barang ke *viplus* yang akan di akumulasikan menjadi point dan dapat digunakan sebagai potongan harga saat berbelanja atau *discount* 2) sistem praktik *shopping point* dalam penjualan produk di *viplus* belum ketentuan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 yaitu tidak melakukan pengawasan kepada member yang direkrut sehingga praktik tersebut tidak dapat di kategorikan sebagai *Multi Level Marketing* syariah.

Kata Kunci: Praktik Sistem Penjualan, Produk, *viplus*.

ABSTRACT

This research is motivated by the number of businesses that are carried out by the community, especially in online business, especially in terms of buying and selling using the Multi Level Marketing (MLM) system. In fact, regarding the implementation of any business that uses the Multi Level Marketing (MLM) system, it already has its own legal provisions. However, in contrast to the practice of buying and selling in Viplus, it does not have sharia legal provisions, which in this thesis the researcher examines through the DSN-MUI fatwa No.75/VII/2009. The formulation of the problem includes: How is the practice of shopping points in selling viplus products for vtube members in Palangka Raya City and how is the review of sharia economic law on shopping point practices in selling viplus products for vtube members in Palangka Raya City. The purpose of this study is to find out and examine how the practice of shopping points in selling viplus products for vtube members in Palangka Raya City and to find out and examine the review of sharia economic law on shopping point practices in selling viplus products for vtube members in the city of Palangka Raya. using qualitative methods, while the subjects in this study are people who use viplus in the city of Palangka Raya, while the object is the practice of buying and selling products in viplus. The results of this study are (1) the product sales system in this viplus uses a Multi Level Marketing (MLM) system and product sales can use shopping points which are used as discounts. (2) the shopping point practice system in selling products on viplus has not met the 12 point requirements for Multi Level Marketing (MLM), so it cannot be categorized as sharia Multi Level Marketing (MLM).

Keywords: Practice Of System Selling, Product , viplus.

KATA

PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan karya dalam bentuk skripsi sederhana yang sangat jauh dari kata sempurna. Shalawat serta salam tak lupa pula saya haturkan kepada keharibaan junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta kita umat beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Skripsi yang berjudul “**Praktik Jual Beli Produk Dengan Sistem *Multi Level Marketing* Dalam *Vipus* (Studi Di Kota Palangka Raya)**”. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna peningkatan dan perbaikan-perbaikan di masa yang akan datang. Segala sesuatu yang benar itu datangnya dari Allah, dan yang salah itu berasal dari peneliti sendiri. Skripsi ini dapat diselesaikannya tidak terlepas dari berbagai pihak yang berkenan memberikan bantuan kepada penulis. Untuk itu peneliti ingin menyatakan penghargaan yang setinggi-tingginya dan menghaturkan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak, baik yang langsung maupun secara tidak langsung, telah membantu dalam penyelesaian tugas mulia ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Atas segala sarana dan prasarana yang disediakan untuk kami selama kuliah di IAIN Palangka Raya. Semoga

beliau selalu diberikan kesehatan dalam memimpin IAIN Palangka Raya agar semakin maju dan terus maju.

2. Bapak Dr.H. Abdul Helim, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya. Atas segala pelayanan yang diberikan kepada kami di bawah naungan Fakultas Syariah. Semoga dengan adanya gedung perkuliahan yang baru, Fakultas Syariah semakin jaya dan diminati para pegiat ilmu-ilmu syariah.
3. Ibu Norwili, M.HI selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Erry Fitriya Primadhany, M.H selaku pembimbing II yang dengan sabar mengarahkan dan membimbing penulis. Banyak pengetahuan baru yang penulis dapatkan saat bimbingan. Penulis berdo'a semoga Allah mencatatnya sebagai amal jariyah yang terus mampu mendatangkan manfaat dan pahala kepada keduanya.
4. Ibu Erry Fitriya Primadhany, M.H selaku Dosen pembimbing akademik atas semua bimbingan, arahan, saran, dan kesabaran selama kuliah di fakultas Syariah IAIN Palangka Raya. Pemikiran beliau merupakan motivasi bagi penulis untuk meladani. Semoga Allah SWT selalu memberikan ampunan, hidayah, kasih sayang, amal jariyah dan jalan keluar setiap permasalahan beliau beserta keluarga.
5. Seluruh dosen IAIN Palangka Raya terkhusus dosen Fakultas Syariah, yang telah mendidik dan mengajarkan dengan ikhlas dan sabar semoga selalu di sehatkan dan dipermudah segala urusan.
6. Semua sahabat mahasiswa Fakultas Syariah, dan khususnya mahasiswa prodi HES angkatan 2017 yang telah membantu, menyemangati, menghargai, memberikan arahan dan saran kepada peneliti.
7. Semua pihak yang berpartisipasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT, melimpahkan anugerah rahman, rahim dan ridho-Nya, serta cahaya surga-Nya, pada kita semua sebagai ummat Rasulullah

SAW, sehingga kita memiliki hati nurani yang senantiasa bersih, lapang dan dipenuhi oleh aura cinta-kasih-Nya. Amiin.

Akhirnya hanya kepada Allah peneliti berserah diri. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Aamiin

Palangka Raya, 25 Oktober 2021

Penulis

Dalima



PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul PRAKTIK JUAL BELI PRODUK DENGAN SISTEM *MULTI LEVEL MARKETING* DALAM *VIPLUS* (STUDI DI KOTA PALANGKA RAYA) adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 25 Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Dalima

NIM. 170230103

MOTO

إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ

فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى أَلَا وَإِنَّ

حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ

Sesungguhnya yang halal itu jelas, sebagaimana yang haram pun jelas. Di antara keduanya terdapat perkara syubhat yang masih samar yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa yang menghindarkan diri dari perkara syubhat, maka ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Barangsiapa yang terjerumus dalam perkara syubhat, maka ia bisa terjatuh pada perkara haram. Sebagaimana ada pengembala yang mengembalakan ternaknya di sekitar tanah larangan yang hampir menjerumuskannya. Ketahuilah, setiap raja memiliki

tanah larangan dan tanah larangan Allah di bumi ini adalah perkara-perkara yang diharamkan-Nya.”

(HR. Bukhari no.2051 dan Muslim no.1599)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil alamin

Sujud syukurku ku persembahkan kepada Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa bersyukur, berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga dengan keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk terus meraih cita-citaku.

Ku Persembahkan Karya Kecil ku Kepada:

Pahlawan Hidupku

Ayahanda Noriansyah

Ayah telah banyak perjuanganmu membesarkanku, telah banyak becucuran keringat dan air mata yang engkau berikan kepadaku dan telah banyak pengorbananmu untuk membesarkan dan mendidikku.

Bidadari Hidupku

Ibunda Jamilah

Ibu engkau adalah panutanku dalam segala hal, kau penguatku disaat aku berada dititik terendah. Terimakasih telah merawat dan mendidikku tanpa mengenal rasa lelah semasa hidupmu.

Adik Tersayang

Muhammad Syafi'i

Terimakasih telah hadir disampingku dan menjadi penyemangat ku selama ini.

Sahabat Hidup Terbaikku

Mahasiswa/i teman-temanku HES 2017

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, maka pedoman transliterasi Arab Latin yang digunakan dalam buku pedoman ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama tersebut.

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	t (titik di bawah)
ب	B	ظ	Z (titik di bawah)
آ	T	ع	‘ (koma terbalik)
أ	T (titik atas)	غ	G

ج	J	ف	F
ح	H (titik di bawah)	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z (titik di atas)	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S (titik di bawah)	ي	Y
ض	D (titik di bawah)		

Keterangan

1. Penulisan tanda panjang (*madd*) ditulis dengan garis horizontal di atas huruf ditulis dengan lambang sebagai berikut:
 - a. a> A< (ا) setelah ditransliterasi menjadi a A<
 - b. i> I< (ي) setelah ditransliterasi menjadi i I

- c. u> U< (و) setelah ditransliterasi menjadi u> U<
2. Penulisan yang menggunakan lambang *titik di atas* di atas huruf ditulis sebagai berikut:
- s\ (ث) setelah ditransliterasi menjadi s
 - z\ (ذ) setelah ditransliterasi menjadi z
3. Penulisan yang menggunakan lambang *titik di bawah* di atas huruf ditulis sebagai berikut:
- h} (ح) setelah ditransliterasi menjadi h}
 - s} (ص) setelah ditransliterasi menjadi s}
 - d} (ض) setelah ditransliterasi menjadi d}
 - t} (ط) setelah ditransliterasi menjadi t}
 - z} (ظ) setelah ditransliterasi menjadi z}
4. Huruf karena *Syaddah (tasydid)* ditulis rangkap seperti (قلا تقلاهما أف) *falataqullahuma 'uffin*, (متعدين) *muta'qqidin* dan (عدة) *'iddah*.
5. Huruf ta *marbūtah* dilambangkan dengan huruf /h/ seperti (شريعة) *syari'ah* dan (طائفة) *ta'ifah*. Namun jika diikuti dengan kata sandang “al”, maka huruf ta *marbūtah* diberikan harakat baik *dammah*, *fathah* atau *kasrah* sesuai keadaan

aslinya. Contoh (زكاة الفطر) *zakatul fitri* (كرامة الأولياء) *karamatul auliya'*.

6. Huruf *alif lam qamariyah* dan *alif lam syamsiyah* ditulis sesuai bunyinya, seperti (القمر) *al-Qamar* atau (السماء) *as-Sama'*. Namun jika sebelumnya ada rangkaian dengan lafal lain maka penulisan *alif lam qamariyah* adalah (ذوي الفروض) *zawi al-furūd*. Begitu juga untuk penulisan *alif lam syamsiyah* adalah (مقاصد الشريعة) *maqasid asy-syari'ah*.

7. Huruf *waw* (و) *sukun* yang sebelumnya ada huruf berharakat *fathh* ditulis *au* seperti (قول) *qaul*. Begitu juga untuk huruf *ya* (ي) *sukun*, maka ditulis *ai* seperti (بينكم) *bainakum*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	xi
MOTO	xii
PERSEMBAHAN	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xiv
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR SINGKATAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
1. Kegunaan Teoritis.....	6
2. Kegunaan Praktis	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kerangka Teoretik.....	13
C. Deskripsi Teoretik.....	22
1. <i>Multi Level Marketing</i>	22
2. Akad Jual Beli	28
3. Akad <i>Ju'alah</i>	30

4. Profil <i>Viplus</i>	32
5. Cara Menggunakan <i>Viplus</i>	32
6. Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009	34

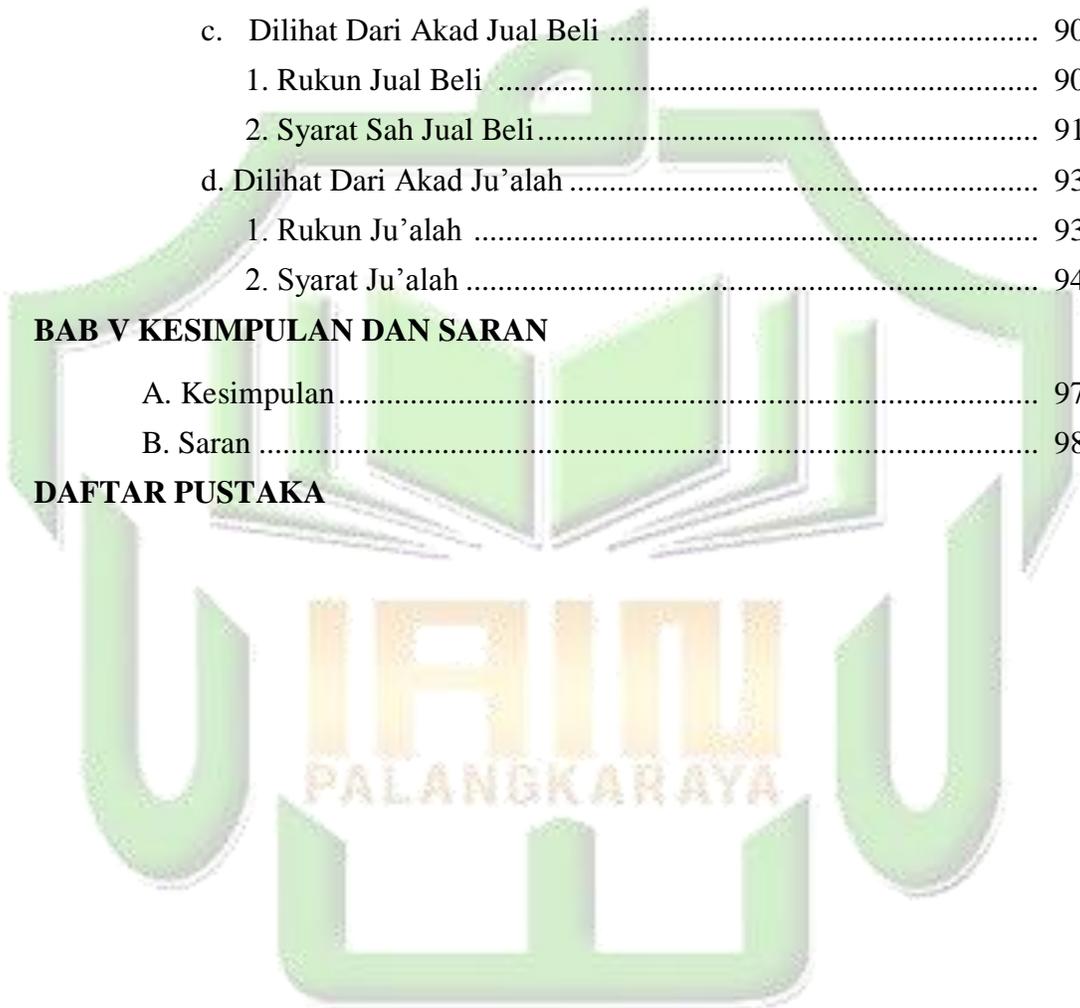
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
1. Waktu Penelitian.....	38
2. Tempat Penelitian	39
B. Jenis Penelitian.....	39
C. Pendekatan Penelitian	40
D. Objek dan Subjek Penelitian.....	41
E. Teknik Penentuan Subjek	41
F. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Wawancara.....	43
2. Observasi.....	44
3. Dokumentasi	45
G. Teknik Pengabsahan Data.....	46
H. Analisis Data.....	46

BAB VI HASIL Penelitian Dan Analisis

A. Gambaran Umum Penelitian.....	48
1. Lokasi Penelitian	48
2. Gambaran Umum dan Letak Geografis Kota Palangka Raya.....	51
B. Hasil Penelitian.....	53
C. Analisis Hasil Penelitian	64
1. Praktik <i>Shopping Point</i> Dalam Penjualan Produk <i>Viplus</i> Bagi Member <i>Vtube</i> di Kota Palangka Raya.....	65
a. Melalui Proses Mutasi Data	67
b. Melalui Proses Pembelian Produk	67
2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik <i>Shopping Point</i> Dalam Penjualan Produk <i>Viplus</i> Bagi Member <i>Vtube</i> di Kota Palangka Raya	72
a. Dilihat Dari Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009	73
b. Dilihat Dari Perjanjian	84

1. Hukum Perjanjian Menurut KUHPerdota.....	84
2. Hukum Perjanjian Dalam Hukum Islam	85
a. Asas Kebolehan atau <i>Mubah</i>	85
b. Asas Kemaslahatan Hidup.....	86
c. Asas Kebebasan dan Kesukarelaan.....	87
d. Asas Menolak <i>Mudharat</i> dan Mengambil Manfaat.....	87
c. Dilihat Dari Akad Jual Beli	90
1. Rukun Jual Beli	90
2. Syarat Sah Jual Beli.....	91
d. Dilihat Dari Akad Ju'alah	93
1. Rukun Ju'alah	93
2. Syarat Ju'alah	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai sumber ekonomi dapat diperoleh manusia, dengan melakukan bermacam-macam pekerjaan salah satunya adalah dengan melakukan aktivitas ekonomi di bidang bisnis. Dalam Islam aktivitas ekonomi tersebut telah diatur dalam sistem muamalah, meskipun pada umumnya cakupan muamalah itu sangat luas. Tetapi, pengertian muamalah yang banyak dipahami adalah sebagai aturan-aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam memperoleh dan mengembangkan harta bendanya.¹

Muamalah secara umum adalah segala aturan terkait setiap perilaku manusia yang berdasarkan pada hukum-hukum syariat, mengenai perilaku manusia dalam kehidupannya yang di peroleh dari dalil-dalil Islam secara rinci. Adapun ruang lingkup muamalah adalah seluruh kegiatan sosial manusia berdasarkan pada hukum-hukum Islam yang berupa peraturan-peraturan yang berisi perintah maupun larangan seperti wajib, sunnah, haram, makruh dan mubah. Adapun pengertian fiqh muamalah menurut Abdullah al-Satar Fathullah Sa'id yang dikutip oleh Nasrun Haroen yaitu "hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan, misalnya

¹ Yatimin Abdullah, *Studi Islam Kontemporer* (Jakarta: Cet.1 Amanah, 2006), 160.

dalam hal jual beli, sewa-menyewa, utang-piutang, kerjasama perdagangan, perserikatan, dan kerjasama dalam penggarapan tanah.²

Allah SWT telah mengatur rezeki setiap hamba-Nya, sebagaimana firman-Nya:

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا ۗ كُلٌّ فِي

كِتَابٍ مُبِينٍ

Artinya: Dan tidak suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (Lauhul Mahfuzh). (Qs.Hud [11]:6)³

Dalam surah tersebut telah dijelaskan bahwa setiap manusia yang terlahir didunia ini telah diatur oleh Allah tentang rezeki yang akan diperoleh semasa hidupnya di muka bumi. Setiap manusia memiliki cara dalam hal mencari rezekinya di muka bumi ini yang tentunya hal tersebut dalam Islam dikenal dengan muamalah, yang berhubungan dengan kegiatan atau aktivitas ekonomi untuk menunjang kehidupan.

Salah satu aktivitas muamalah berupa penjualan produk atau jasa yang tidak terlepas dari sistem pemasaran. Dalam pemasaran tersebut terdapat transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Jual beli adalah suatu perbuatan muamalat yang hukumnya bisa berbeda-beda, tergantung dari

² Abdul Rahman, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2010), 4.

³ Al-Qur'an Surah Hud:6.

sejauh mana terjadinya pelanggaran syariah. Adapun sistem pemasaran yang digunakan berbeda-beda, ada yang menggunakan sistem pemasaran satu jenjang (*single level marketing*), dan ada pula yang menggunakan sistem pemasaran yang berjenjang (*multi level marketing*). Sistem *multi level marketing* dalam pemasaran tersebut di Indonesia sudah banyak digunakan, baik dalam bisnis kecantikan, kesehatan maupun makanan. Akhir-akhir ini bisnis *multi level marketing* banyak digandrungi oleh berbagai kalangan yang berorientasi pada keuntungan.⁴

Bisnis *Multi Level Marketing* yang saat ini banyak digunakan adalah bisnis yang berbasis aplikasi maupun *online* (berbasis web/link) salah satunya adalah bisnis yang terdapat dalam *viplus* yang didirikan oleh PT. Komunitas Cerdas Indonesia pada tahun 2020. Masyarakat yang terlibat dalam bisnis ini adalah member yang sebelumnya sudah menggunakan aplikasi *vtube*. Yang mana data-data yang sudah ada sebelumnya di aplikasi *vtube* tersebut dipindahkan ke *viplus* dikarenakan *vtube* diberhentikan sementara.⁵

Praktik bisnis yang ada dalam *viplus* ini menggunakan sistem jual beli yaitu dengan menjual produk yang mereka miliki, yang lebih dominan pada produk kesehatan. Adapun produk-produk tersebut yaitu, Viboost, Dietox, Eyevi, Collabeau, Fitkoffe dan Glucoff. Skema piramida ini termasuk

⁴ Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktis MLM Syariah* (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), 79.

⁵ Firman Hadi, *Bongkar Aplikasi Penghasil Uang*, <https://www.localhunter.com/2021/03/bongkar-aplikasi-penghasil-uang-dari.html>, diakses 16 Maret 2021, Pukul 12:32 WIB.

dalam sistem *multi level marketing* yang melibatkan anggota atau member baru yang membeli produk tersebut dari perusahaan. Perusahaan menjual produk tersebut dengan perhitungan atau sesuai dengan *marketing plan* yang sudah ditentukan perusahaan itu sendiri.

Praktik penjualan dengan sistem *Multi Level Marketing* memungkinkan menimbulkan kerugian bagi masyarakat, dikarenakan berpotensi mengandung *gharar* atau ketidakjelasan dan hal-hal lainnya yang telah dilarang oleh syariat Islam. Dalam praktiknya terdapat mutasi data yang mana sebelumnya member tersebut menjadi anggota *vtube* menjadi anggota *viplus* dan memperoleh *shopping point* melalui hasil usaha yang sebelumnya dilakukan di *vtube*. Untuk itu, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah menerbitkan fatwa untuk dapat dijadikan sebagai pedoman agar unsur *Multi Level Marketing* (MLM) sesuai dengan prinsip syariah, berupa fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009, dalam fatwa tersebut terdapat dua belas syarat yang harus dipenuhi dalam sebuah perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang di perbolehkan dalam Islam.⁶ Di antara beberapa syarat tersebut adalah adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau jasa, barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang haram atau digunakan untuk sesuatu yang haram, transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur

⁶ Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009.

*gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, dan maksiat.*⁷ Berdasarkan peraturan DSN-MUI tersebut tentang *Multi Level Marketing* (MLM) yang di perbolehkan, penulis tertarik untuk meneliti terkait sistem jual beli produk yang ada dalam *viplus* terkhusus dalam cara penjualan produk. Dengan judul **“Praktik Jual Beli Produk Dengan Sistem *Multi Level Marketing* Dalam *Viplus* (Studi Di Kota Palangka Raya)”**.

B. Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang ingin penulis ingin rumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *shopping point* dalam penjualan produk *Viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *shopping point* dalam penjualan produk *Viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya?

C. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana praktik *shopping point* dalam penjualan produk *Viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya.

⁷ Fatwa DSN-MUI Nomor: 75/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

2. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap praktik *shopping point* dalam penjualan produk *Viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya.

D. Kegunaan Penelitian

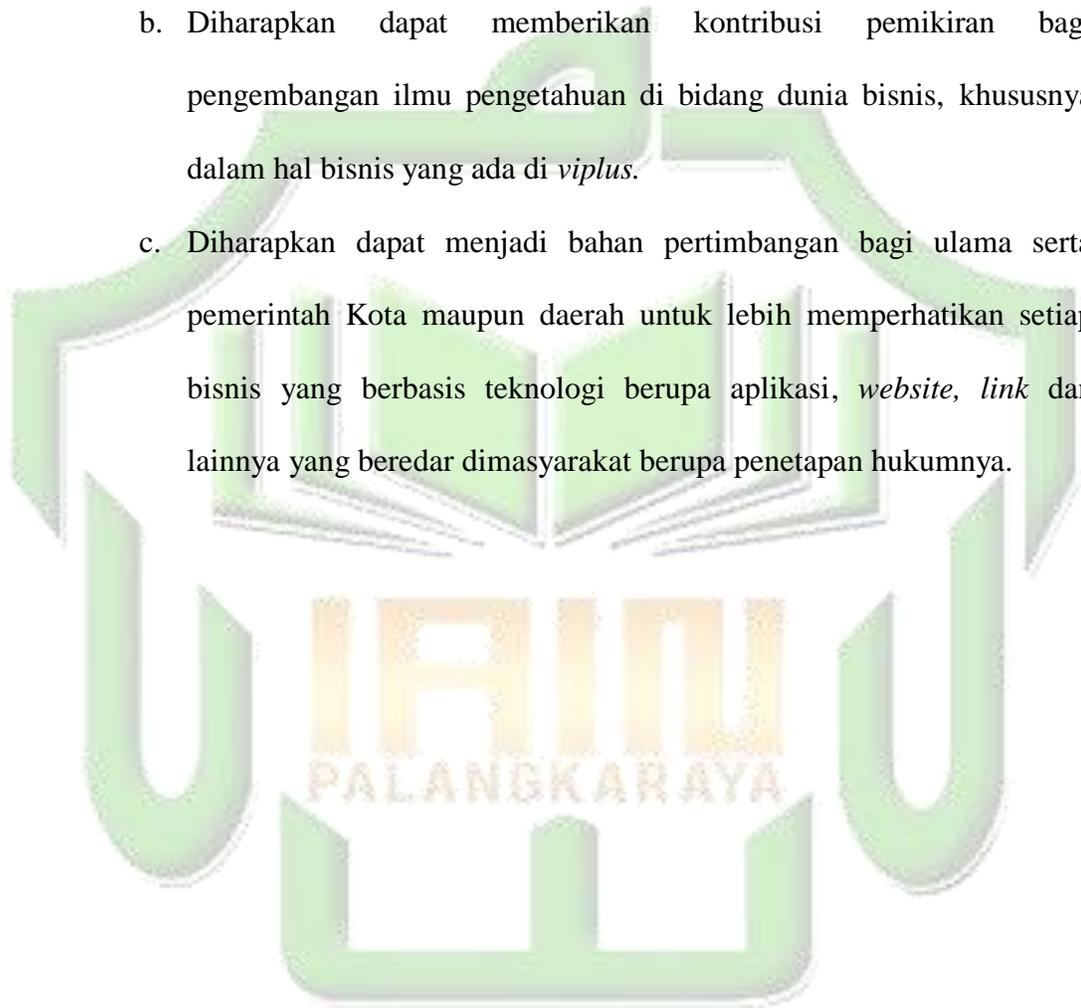
Sebagai suatu karya tulis ilmiah yang berjudul "Praktik Sistem Jual Beli Produk Dalam *Viplus* (Studi Di Kota Palangka Raya)". Dibuat secara sistematis, tentu memiliki manfaat, baik manfaat untuk peneliti khususnya dan manfaat untuk pembaca pada umumnya. Adapun hasil dari penelitian ini paling tidak ada 2 (dua) kegunaan, yakni kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis:

1. Kegunaan Teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menambah dan kontribusi wawasan intelektual dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya yang berkaitan dengan normatif hukum. Karena normatif hukum mengkaji baik secara teoritis analisis, tentang keaburan norma yang berlaku saat ini.
- b. Dapat menjadi titik tolak bagi penelitian yang selanjutnya, baik penelitian yang berhubungan atau yang lain, sehingga kegiatan penelitian berkesinambungan.
- c. Sebagai bahan bacaan dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur Fakultas Syari'ah bagi kepastakaan Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Diharapkan dapat menjadi pencerah bagi pemilik *viplus*, member *viplus* dan masyarakat yang ada di Kota Palangka Raya, terhadap praktik atau aktivitas yang dilakukan dalam *viplus*.
- b. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang dunia bisnis, khususnya dalam hal bisnis yang ada di *viplus*.
- c. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi ulama serta pemerintah Kota maupun daerah untuk lebih memperhatikan setiap bisnis yang berbasis teknologi berupa aplikasi, *website*, *link* dan lainnya yang beredar dimasyarakat berupa penetapan hukumnya.



E. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk laporan penelitian yang terdiri dari lima bab dimana semua bab mempunyai keterkaitan. Penempatan setiap bab diatur dalam sistematika yang memungkinkan keterkaitan yang dapat dimengerti dengan lebih mudah bagi orang yang membaca laporan penelitian.

BAB I : Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Kajian Pustaka yang memuat penelitian terdahulu, kerangka teoritik dan deskripsi teoritik.

BAB III : Metode Penelitian yang memuat waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik penentuan subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan analisis tentang praktik sistem jual beli produk dalam *viplus* (Studi di Kota Palangka Raya). Dan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Praktik sistem jual beli produk dalam *viplus* (Studi di Kota Palangka Raya).

BAB V : Penutup yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelusuran peneliti mengenai judul ini, belum ada yang telah melakukan penelitian mengenai Praktik Sistem Jual Beli Produk Dalam *Viplus*. Pembeda judul ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya ialah pada tempat dan praktik *Multi Level Marketing* (MLM) yang dilakukan melalui *Viplus* serta sistem jual beli, adapun penelitian terdahulu yang relevan penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

1. Fusthahul Nur Sasongko, dengan judul “*Sistem Multi Level Marketing dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Pada PT Moment Global Internasional*”. Adapun fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem multi level marketing dalam perspektif hukum Islam dan Undang-Undang No 7 tahun 2014.⁸ Penelitian ini bersifat deskriptif, dan menggunakan metode kualitatif dengan mengamati fenomena yang terjadi dilingkungan masyarakat, mengumpulkan informasi serta menyajikan hasil penelitian yang diteliti secara kualitatif. selain itu adanya kesimpulan.

⁸ Fusthahul Nur Sasongko, “Sistem Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No.7 Tahun 2014 Pada PT Moment Global Internasional” (Skripsi-UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Dalam hukum Islam tentang sistem multi level marketing sudah sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Akan tetapi dalam tinjauan fatwa majelis ulama Indonesia tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah, tidak memenuhi syarat, yaitu bilaya berlebihan pada produk dan memberikan daya tarik pada mitra sehingga lalai dalam melakan hak dan kewajibannya. Dan dalam Undang-Undang No 7 tahun 2014 terdapat adanya sistem piramida yang dilakukan perusahaan PT momen global internasional seperti adanya keuntungan dari rekrut member dan tidak adanya pelatihan secara intensif terkait penjualan dan produk yang ditawarkan kepada member.⁹

Perbedaan penelitian ini adalah pada objek dan jenis penelitian serta tempat penelitian yang digunakan. Selain itu, fokus penelitian yang dikaji oleh peneliti adalah terkait tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik multi level marketing di aplikasi *viplus* yang ada di kota Palangka raya.

2. Dita Nur Riflase, dengan judul penelitian “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis Multi Level Marketing Paytren PT Veritra Sentosa Internasional*”. Adapun fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik multi level marketing paytren. Jenis penelitian ini adalah studi kasus yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi yang berasal dari manusia, peristiwa, latar dan dokumen-dokumen.¹⁰

⁹ Ibid.,

¹⁰ Dita Nur Riflase, “Tinjauan Hukum Islam Terdapat Terhadap Praktik Bisnis Multi Level Marketing Paytren PT Veritra Sentosa Internasional” (Skripsi-Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Bahwa bisnis paytren telah sesuai hukum Islam yang berkaitan dengan rukun dan syarat jual beli, bonus yang diberikan oleh bisnis paytren ini bertentangan dengan fatwa DSN-MUI No 75/VII/2009, dan bisnis paytren ini berjalan sesuai dengan kaidah fikih yang berkaitan dengan jual beli.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek dan jenis penelitian serta tempat penelitian yang digunakan. Selain itu fokus penelitian ini juga berbeda yaitu tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik multi level marketing di aplikasi *viplus* di kota Palangka Raya.

3. Rizka Zakiyah, dengan judul penelitian, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis Advertising pada Google Adsense di Youtube*".¹¹ Adapun fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap kerjasama bisnis advertising pada google adsense di youtube. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) atau juga disebut dengan penelitian kualitatif. Dan metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara, dokumentasi serta menyajikan kesimpulan penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Bahwa bisnis pemasangan iklan termasuk kerjasama atau *syirkah* yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, dan praktik yang dilakukan oleh pembuat konten untuk menyediakan ruang iklan masih belum sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis syariah dikarenakan terdapat

¹¹ Rizka Zakiyah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis Advertising Pada Google Adsense Di Youtube" (Skripsi-Universitas Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019).

adanya unsur *gharar* atau ketidakjelasan pada spesifikasi pemilihan konten iklan yang akan ditayangkan pada video selain itu tidak adanya kejelasan mengenai spesifikasi tentang iklan apa saja yang boleh ditayangkan sehingga hal tersebut menjadikan praktik bisnis ini menjadi *gharar* dalam perspektif muamalah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dari jenis, objek serta tempat penelitian yang digunakan. Selain itu, titik fokus penelitian ini juga berbeda yaitu terkait tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik multi level marketing di aplikasi *viplus* di kota Palangka raya.

4. Husni Mubarak, dengan judul penelitian, “*Analisis Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus HPA Internasional Cabang Semarang)*”. Titik fokus penelitian ini adalah ingin mengetahui terkait bagaimana strategi pemasaran multi level marketing (MLM) perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) artinya data-data yang diperoleh dari penelitian ini fakta yang ada dilapangan. Dan metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara dengan adanya hasil akhir penelitian yang disajikan berupa kesimpulan.¹²

¹² Husni Mubarak, “Analisis Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Pespektif Ekonomi Islam” (Skripsi-Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang 2019).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa strategi pemasaran HPAI ini merupakan strategi pemasaran yang baik dikarenakan memiliki visi misi yang jelas dan terarah, serta terkait strategi pemasaran yang digunakan menurut perspektif ekonomi Islam sudah sesuai yang terkait dengan prinsip *shiddiq, tabligh, fathonah, dan amanah*. Karena sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam maka strategi pemasaran yang dilakukan terbukti efektif dalam menjual produk dan merekrut member.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah, terletak pada objek, serta tempat penelitian yang digunakan. Selain itu, titik fokus juga berbeda yaitu terkait tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik multi level marketing di aplikasi *viplus* di kota Palangka Raya.

B. Kerangka Teoretik

Ada beberapa teori yang peneliti jadikan sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, yaitu teori *Al-Mashlahah Mursalah*, teori Strategi Pemasaran dan teori perjanjian.

Al-Mashlahah secara bahasa berarti faedah, manfaat, bagus, baik, kebaikan guna atau kegunaan. Pengertian *mashlahah* menurut istilah dapat ditemukan pada kajian *ushuliyin*, antara lain yaitu:¹³

1. Al- Khawarizmi (W.997H) memberikan definisi bahwa *mashlahah* adalah memelihara tujuan hukum Islam dengan menolak bencana atau kerusakan maupun hal-hal yang dapat merugikan dari makhluk (manusia).

¹³ Misran, “*Al-Mashlahah Mursalah (Suatu Metodologi Alternatif dalam Menyelesaikan Persoalan Hukum Kontemporer)*”, h.3-4.

2. Al- Thufi (657H-716H) memberikan definisi *mashlahah* menurut '*urf*' (pemahaman umum yang berlaku dimasyarakat) adalah sebab yang membawa kepada *kemashlahatan* (manfaat), seperti bisnis yang menyebabkan seseorang untung. Menurut pandangan hukum Islam *mashlahah* adalah sebab yang membawa akibat bagi tercapainya tujuan Syar'i, baik dalam bentuk ibadah maupun adat atau *muamalah*.¹⁴ Kemudian *mashlahah* itu terbagi dua (a) *mashlahah* yang dikehendaki oleh Syar'i sebagai hak prerogatif-Nya seperti ibadah, dan (b) *mashlahah* yang dimaksudkan untuk *kemashlahatan* makhluk/umat manusia yang keteraturan urusan mereka.
3. Al- Ghazali (450H-505H) memberikan definisi *mashlahah* menurut makna asalnya berarti menarik manfaat atau menolak *mudharat* atau hal-hal yang merugikan. Akan tetapi bukan itu kehendaki sebab meraih manfaat atau menghindari dari *mudharat* adalah tujuan manusia. *Kemashlahatan* manusia terletak pada tercapainya tujuan mereka. Tetapi yang dimaksudkan *mashlahah* disini adalah memelihara tujuan hukum Islam. Tujuan hukum Islam yang ingin dicapai oleh manusia ada lima, yaitu memelihara agama, jiwa, akal,

¹⁴ Misran, "*Al-Mashlahah Mursalah* (Suatu Metodologi Alternatif dalam Menyelesaikan Persoalan Hukum Kontemporer), h.3-4.

keturunan, dan harta benda. Setiap hukum yang mengandung tujuan memelihara ke lima hal ini disebut *mashlahah*.¹⁵

Dari beberapa definisi *mashlahah* di atas dapat dipahami bahwa *mashlahah* menurut istilah hukum Islam adalah setiap hal yang dimaksudkan untuk memelihara agama, akal, jiwa, keturunan dan harta. Ke lima hal ini merupakan kebutuhan pokok bagi hidup dan kehidupan manusia dengan terpelihara dan terjaminnya lima hal tersebut, manusia akan meraih *kemashlahatan*, kebahagiaan dan kesejahteraan.¹⁶ Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia diberi kebebasan untuk memperoleh kebutuhannya. Sebagaimana dijelaskan dalam fiqih, yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang membolehkan”.

Maksud dari kaidah ini adalah bahwa setiap muamalah maupun transaksi, pada dasarnya adalah boleh, misalnya jual beli, gadai, kerja sama, dan lain sebagainya. Kecuali transaksi atau muamalah tersebut tegas-tegas diharamkan seperti adanya atau mengakibatkan kemudharatan, seperti judi, tipuan dan riba.¹⁷

¹⁵ Ibid.,

¹⁶ Ibid.,

¹⁷ A.Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih* (Jakarta: Kencana, 2017), 129.

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

Artinya: “Mencegah kerusakan itu di dulukan dari pada membuat kebaikan”.¹⁸

Maksud dari kaidah ini adalah setiap hal yang dilakukan dalam muamalah yang maksud dan tujuannya untuk mencegah kerusakan adalah lebih baik didahulukan dari pada membuat kebaikan.

Untuk memelihara *mashlahah* secara komprehensif, maka para ahli ushul fiqh mengemukakan beberapa pembagian *mashlahah*, dilihat dari beberapa segi tinjauan. *Pertama*, dari segi tinjauan prioritas penggunaannya, *kedua*, tinjauan dari segi cakupan atau kandungannya, *ketiga*, tinjauan dari segi dapat berubah atau tidaknya dan *keempat*, tinjauan dari segi keberadaan *mashlahah* menurut syara'.¹⁹

Para ulama berhujjah dengan *mashlahah mursalah* telah memberikan kriteria-kriteria tertentu dalam memverifikasi mana yang dipandang *mashlahah* dan mana yang tidak. Hal ini mereka lakukan dengan penuh kecermatan dan kehati-hatian, guna menghindarkan pengaruh spekulatif manusia yang hanya berdasarkan hawa nafsu dan kepentingan egonya dalam nalar dan pertimbangannya, ketika melakukan verifikasi terhadap

¹⁸ Abdul Hamid Hakim, <http://digilib.uinsby.ac.id>, di akses 25 Oktober 2021, Pukul 19:16 WIB.

¹⁹ Misrani, *Al-Mashlahah Mursalah*, ... h.6-7.

kemashlahatan tersebut. Persyaratan-persyaratan tersebut diantaranya, sebagaimana pandangan Imam al-Ghazali, terdiri dari:

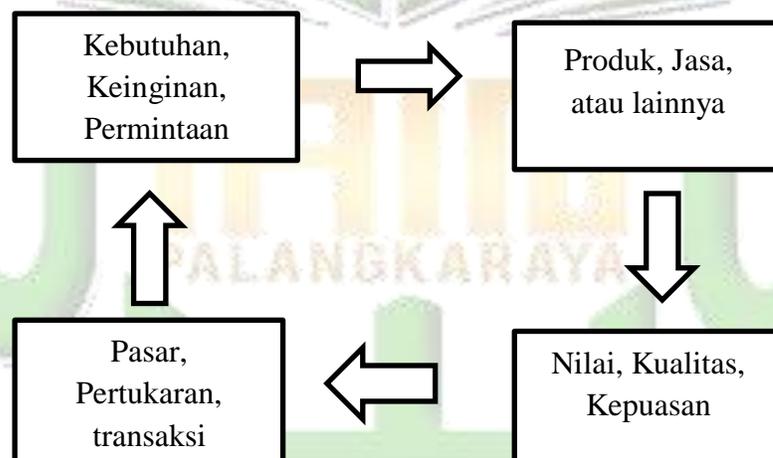
1. Kemashlahatan tersebut termasuk dalam angkatan atau kategori kebutuhan pokok (*daruriyyat*). Artinya, untuk menetapkan suatu *mashlahah* tingkatannya harus diperhatikan, apakah akan menghancurkan atau merusak lima unsur pokok (*al-usul khamsah*) tersebut atau tidak;
2. Kemashlahatan tersebut harus bersifat pasti dan tidak boleh disandarkan pada dugaan (*zan*) semata-mata. Artinya, harus benar-benar diyakini bahwa sesuatu itu benar-benar mengandung kemashlahatan;
3. Kemashlahatan tersebut harus bersifat universal, yaitu keashlahatan yang berlaku secara umum dan untuk kepentingan kolektif, sehingga tidak boleh bersifat individual dan parsial;
4. Kemashlahatan tersebut harus sejalan dengan intensi legislasi hukum Islam;²⁰

Strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan dilakukan secara terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa

²⁰ Rusdaya Basri, *Ushul Fiqh 1* (t.t.p: IAIN pare-pare Press, t.th), 89-91.

depan.²¹ Sedangkan pengertian pasar dan pemasaran memiliki keterkaitan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya. Keterkaitan tersebut berupa setiap ada pasar selalu diikuti oleh pemasaran dan setiap kegiatan pemasaran tersebut dilakukan untuk menciptakan pasar.²² Jadi strategi pemasaran adalah cara atau langkah yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam upaya peningkatan pemasaran produk atau jasa sesuai kebutuhan konsumen.

Adapun kerangka dasar pemasaran yang di maksudkan untuk menguraikan unsur-unsur pokok yang berada di dalam lingkup pemasaran, yaitu: 1) kebutuhan dan keinginan dan permintaan, 2) produk, jasa atau bentuk lainnya, 3) nilai, kualitas dan kepuasan, 4) pasar, pertukaran dan transaksi. Kerangka pemasaran tersebut di ilustrasikan sebagai berikut:



²¹ Husein Umar, *Strategi Management in Action* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), 31.

²² Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2016), 195.

a. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Pemasar harus memahami pasar target dengan mengkaji apa yang menjadi kebutuhan, apa yang menjadi keinginan dan pada akhirnya menjadi permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Kebutuhan adalah suatu keperluan yang mendasar bagi manusia. Pada hakikatnya manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian dan tempat tinggal untuk bertahan hidup.²³

b. Produk, Jasa atau Tawaran Lain

Produk, jasa atau tawaran (*market offering*) lain adalah respon dari pemasar yang berusaha membantu memecahkan masalah konsumen dalam bentuk merancang konsep produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan atau selera konsumen.

c. Nilai, Kualitas, dan Kepuasan

Tawaran pasar disebut berhasil jika tawaran itu memberikan hasil dan kepuasan bagi pembeli yang di jadikan pasar target. Pembeli atau konsumen akan selalu memilih diantara berbagai tawaran pasar yang dianggap mampu memberikan nilai paling memuaskan. Nilai (*value*) terutama ditentukan oleh kombinasi kualitas, layanan, dan harga. Peningkatan kualitas dan layanan akan meningkatkan nilai, sedangkan penurunan harga akan meningkatkan nilai.

²³ *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2018), 6.

d. Pasar, Pertukaran dan Transaksi

Seorang pemasar dalam sebuah pasar dalam praktiknya menyediakan barang yang dibutuhkan oleh konsumen, karena konsumen ini memerlukan barang tersebut maka ia akan membelinya. Tentu saja dalam proses demikian terjadilah pertukaran yang dilanjutkan dengan transaksi ekonomi.²⁴

Dalam proses pertukaran dalam transaksi suatu produk atau jasa di suatu pasar tentunya terdapat suatu perjanjian. Dalam pasal 1313 BW perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Menurut Subekti, Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji pada seseorang yang lain di mana dua orang tersebut saling berjanji untuk melakukan suatu hal.²⁵

Dalam Islam, perjanjian di dalam Al-Qur'an ada dua istilah yang berkaitan yaitu kata akad (*al-'aqadu*) dan kata 'ahd (*al-'ahdu*). Al-Qur'an menggunakan kata yang pertama yang menunjukkan perikatan atau perjanjian, sedangkan kata yang kedua berarti masa, pesan, penyempurnaan dan janji atau perjanjian.²⁶ Dan dalam hukum Islam terdapat suatu asas, bahwa setiap akad perjanjian mengikat para pihak, terkait dengan ketentuan ini telah diatur dalam Al-Qur'an Surah Al-Maidah ayat 1:

²⁴ *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2018), 7.

²⁵ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial* (Jakarta: Kencana, 2014), 15-16.

²⁶ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 24.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad...”²⁷

Terkait syarat sah dalam suatu perjanjian dalam KUHPerdara terbagi 4 (empat) syarat sah yang harus termuat dalam suatu perjanjian agar perjanjian yang dibuat oleh para pihak menjadi sah dan mengikat para pihak. Pasal 1320 KUHPerdara menyebutkan 4 (empat) syarat sah perjanjian, yakni:

1. Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Cakap dalam membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu; dan
4. Suatu sebab (*causa*) yang halal.

Sejalan dengan KUHPerdara, Islam juga mengatur terkait syarat-syarat sah nya suatu perjanjian. Diantara syarat sah perjanjian tersebut yaitu:

1. *Baligh*, artinya kedua belah pihak yang melakukan perjanjian sudah berakal dan dapat membedakan yang baik dan buruk.
2. Objek akad (transaksi), bebas dari najis, halal untuk diperjual belikan atau digunakan, barang yang dijadikan objek harus jelas, dan merupakan hak milik secara sempurna.
3. Lafazh (*sighat*), lafazh merupakan suatu ucapan yang dilontarkan oleh kedua belah pihak untuk menunjukkan suatu keinginannya (*ijab-qabul*).²⁸

²⁷ Al-Maidah, 5:1.

C. Deskripsi Teoretik

1. *Multi Level Marketing*

a. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing dalam bahasa Indonesia artinya adalah pemasaran berjenjang, dalam praktiknya terdapat strategi pemasaran yang di dalamnya melibatkan tenaga penjual (*sales*). Dalam penjualan sistem *Multi Level Marketing* keuntungan yang diperoleh tidak hanya dari hasil penjualan melainkan juga hasil dari penjualan *sales* yang direkrut menjadi anggota. Sistem pemasaran ini dilakukan dengan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkatan level). Beberapa orang ini disebut dengan member, *sales*, representatif atau konsultan.

Menurut Sofyan Jauhari *Multi Level Marketing* adalah sebuah sistem penjualan yang dilakukan perusahaan dengan cara menjual produk-produk secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar sebagai anggota, tidak pada sebuah agen serta perusahaan juga memberikan kesempatan pada konsumen tersebut untuk menjadi tenaga pemasaran.²⁹

Sistem pemasaran yang menggunakan *Multi Level Marketing* dari distributor mandiri yang memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan dengan 2 (dua) cara, yaitu: *Pertama*, dengan penjualan

²⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 24.

²⁹ Sofyan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah* (Jakarta: Mujaddi Press, 2013), 143.

produk langsung ke konsumen, distributor mendapatkan keuntungan atau dasar perbedaan selisih harga distributor dan harga konsumen. *Kedua*, distributor bisa menerima potongan harga atas dasar jumlah produk/jasa yang dibeli oleh anggota kelompok bisnis untuk penjualan atau pemakaian, termasuk jumlah penjualan pribadi.

b. Dasar Hukum *Multi Level Marketing*

Praktik *Multi Level Marketing* di Indonesia sudah lama berkembang, banyak perusahaan MLM dalam maupun luar negeri yang menjadikan Indonesia sebagai lahan memperluas *covering market*. Akan tetapi, perkembangan ini menjadi bias karena belum adanya payung hukum khusus dan aturan baku yang mengikat, terutama sebelum tahun 2000. Saat itu MLM hanya menggunakan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) sebagai landasan operasional padahal secara detail SIUP tidak mengatur MLM atau *direct selling*.³⁰

Payung hukum MLM mulai terlihat keberadaannya ada tahun 2000, Mendag saat itu mengeluarkan Keputusan Menteri Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Izin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB). Kepmendag tersebut mengatur tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang dengan beberapa syarat:

³⁰ Supriyadi Yosuf Boni, *Apa Salah MLM? Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017), 118.

1. Masa berlaku IUPB adalah 3 tahun.
2. IUPB berlaku untuk perusahaan Nasional tanpa ada ketentuan tentang minimal modal.
3. Perusahaan asing tidak diperkenankan menjalankan usaha *Direct Selling* dan harus melalui perusahaan Nasional.

Setelah dikeluarkannya peraturan tentang Izin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB), Menteri Perdagangan Republik Indonesia mengeluarkan peraturan Menteri Perdagangan No.13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dengan beberapa syarat, yaitu:

1. Permodalan minimal RP 500 Juta.
2. Perizinan *Direct Selling* atau *Multi Level Marketing* hanya diperuntukkan bagi perusahaan Nasional.
3. Masa berlaku SIUPL dibagi menjadi dua, yakni SIUPL sementara dengan masa berlaku selama 1 tahun dan SIUPL tetap 5 tahun dan dapat diperpanjang.³¹

Selain itu dalam Permendag nomor 70 tahun 2019 mengatur tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

³¹ Ibid., 119.

Ruang lingkup Peraturan Menteri Ini meliputi kegiatan usaha distribusi barang secara langsung yang diperdagangkan di dalam negeri.

Adapun distribusi barang secara langsung tersebut melalui sistem penjualan langsung. Penjualan langsung tersebut dilakukan dengan cara

a. Penjualan langsung secara satu tingkat (*Single Level Marketing*); atau

b. Penjualan langsung secara multi tingkat (*Multi Level Marketing*)

Pelaku usaha distribusi dalam sistem penjualan langsung merupakan perusahaan yang memiliki perizinan di bidang penjualan langsung dari instansi dan / atau lembaga yang berwenang.

Perusahaan tersebut harus memenuhi 5 kriteria, yaitu sebagai berikut:

a. memiliki hak distributif eksklusif terhadap barang yang akan didistribusikan melalui penjualan secara langsung;

b. memiliki program pemasaran (*marketing plan*);

c. memiliki kode etik;

d. melakukan perekrutan penjual langsung melalui sistem jaringan;
dan

e. melakukan penjualan barang secara langsung kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh penjual langsung.

c. Jenis dan Bentuk *Multi Level Marketing*

Bisnis *Multi Level Marketing* dalam praktiknya dapat dilakukan berdasarkan:

1. Produk, artinya pembagian bisnis *Multi Level Marketing* berdasarkan ada atau tidaknya produk sebagai objek jualan. Terkait hal tersebut, bisnis *Multi Level Marketing* terbagi menjadi dua macam, yaitu:

a) Bisnis *MultiLevel Marketing* berbasiskan produk. Jenis ini sangat banyak dijumpai di lingkungan kehidupan manusia, dan sekaligus menjadi gambaran pertama yang terbetik saat mendengar kata *Multi Level Marketing*.

b) Bisnis *Multi Level Marketing* non produk. Jenis ini dikenal dengan istilah *Ponzi schame* atau *piramida Ponzi* atau *Money Game*.

2. Susunan Jaringan. Artinya pembagian bisnis *Multi Level Marketing* dalam praktiknya dapat dilakukan berdasarkan susunan jaringan, dalam hal ini bisnis *Multi Level Marketing* dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a) “*Multi Level Marketing* matahari” atau MLM murni, yaitu bisnis *Multi Level Marketing* yang tidak membatasi bangunan dan susunan jaringan seperti halnya jaringan matahari.³²
- b) “*Multi Level Marketing* non matahari” yaitu bisnis *multi level marketing* yang membatasi bangunan dan susunan jaringan. Jumlahnya bermacam-macam, ada yang hanya dua jaringan (*binary system*), tiga jaringan (*threenary system*), dan empat jaringan (*fournary system*), dan lainnya.
3. Sistem pembonusan, pengelompokkan ini dilakukan berdasarkan sistem dan dasar pembonusan. Dalam hal ini bisnis *Multi Level Marketing* terbagi menjadi tiga, yaitu:
- a) Bisnis *Muliti Level Marketing* yang sistem pembonusannya berdasarkan pada produk semata, baik secara *personal sales* maupun *group sales*.
- b) Bisnis *Multi Level Marketing* yang pembonusannya berdasarkan perkembangan jaringan semata.
- c) Bisnis *Multi Level Marketing* yang menggabungkan dua dasar pembonusan yaitu pada perkembangan jaringan maupun penjualan produk.³³

³² Ibid., 124.

³³ Ibid., 125-126.

2. Akad Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam bahasa arab sering disebut dengan kata *al-bay'u* (البيع), *al-tijarah* (التجارة), atau *al-mubadalah* (المبادلة). Sebagaimana firman Allah SWT:

يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

Artinya: “Mereka mengharapkan perdagangan yang tidak akan rugi” (QS.Fathir:29)³⁴

Sedangkan menurut istilah Al-Imam Nawawi di dalam Al-Majmu' Syarah Al-Muhadzdzab menyebutkan jual beli adalah:

مُقَابَلَةٌ مَالٍ تَمْلِيكًا

Artinya: “Tukar menukar harta dengan harta secara kepemilikan”

Dengan demikian, yang dimaksud jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. Jual beli adalah aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan sunnah Rasul-Nya serta Ijma' dari seluruh umat Islam.³⁵

³⁴ Al-qur'an Surah Fathir:29.

³⁵ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 5-6.

1. Al-Qur'an

Di dalam ayat-ayat Al-Qur'an bertebaran banyak ayat tentang jual beli, salah satunya adalah firman Allah SWT:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan telah mengharamkan riba”. (QS.Al-Baqarah: 275).³⁶

2. As-Sunnah

Sedangkan dari sunnah nabawiyah, Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ

الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: “Dari Rifa’ah Ibnu Rafi’ radhiyallahuanhu bahwa Rasulullah SAW pernah ditanya: pekerjaan apakah yang paling baik?. Beliau bersabda: “Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang bersih”. (HR Al-Bazzar).

3. Ijma'

Umat Islam sepanjang sejarah telah berijma' tentang halalnya jual beli sebagai salah satu bentuk mendapat rizki yang halal dan diberkahi.³⁷

³⁶ Al-Baqarah, 2:275.

³⁷ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli*...6-7.

Sebuah transaksi jual beli membutuhkan adanya rukun sebagai penegaknya, dimana tanpa adanya rukun, maka jual beli itu menjadi tidak sah hukumnya. Umumnya para ulama sepakat bahwa setidaknya ada tiga perkara yang menjadi rukun dalam sebuah transaksi jual beli, yaitu:

- a) Adanya pelaku yaitu penjual dan pembeli yang memenuhi syarat
- b) Adanya akad atau transaksi
- c) Adanya barang atau jasa yang diperjual belikan.³⁸

3. Akad Ju'alah

Kata ju'alah secara Bahasa berarti mengupah. Secara syara' sebagaimana dikemukakan oleh sayyid sabiq, artinya "sebuah akad untuk mendapatkan materi (upah) yang diduga kuat dapat diperoleh.

Istilah Ju'alah dalam kehidupan sehari-hari diartikan oleh fukaha yaitu memberi upah kepada orang lain.

Adapun rukun dan syarat-syarat ju'alah antara lain:

1. Rukun Ju'alah

- a. Sighat (kalimat hendaknya mengandung arti memberi izin kepada yang akan bekerja)
- b. Ja'il (orang yang menjanjikan upah, boleh bukan orang yang kehilangan)

³⁸ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual Beli...* 10-11.

c. Pekerjaan mencari barang yang hilang.

d. Upah/hadiah

2. Syarat Ju'alah

a. orang yang menjanjikan upah atau hadiah harus orang yang cakap untuk melakukan tindakan hukum, yaitu balgih, berakal, dan cerdas.

b. upah atau hadiah yang dijanjikan harus terdiri dari sesuatu yang bernilai harta dan jelas jumlahnya.

c. pekerjaan yang diharapkan hasilnya itu harus mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum syara'.

d. Madzhab Syafi'I dan Maliki menambahkan syarat, bahwa dalam masalah tertentu, ju'alah tidak boleh dibatasi dengan waktu tertentu, seperti mengembalikan (menemukan) orang yang hilang. Sedangkan madzhab Hambali membolehkan pembatasan waktu.

e. Madzhab Hambali menambahkan syarat, bahwa pekerjaan yang diharapkan hasilnya itu, tidak terlalu berat, meskipun dapat dilakukan berulang kali seperti mengembalikan binatang ternak yang lepas dalam jumlah yang banyak.

f. Akad ju'alah bersifat suka rela.³⁹

³⁹ Maria Robetson, *Ju'alah* <https://www.ma.blogspot.com>, diakses Senin 8 November 2021 Pukul 14:14 WIB.

4. Profil *Viplus*

Seiring pesatnya kemajuan zaman dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi. Dan semakin tingginya kebutuhan ekonomi masyarakat, dan di karenakan hal tersebut *viplus* dijadikan sebagai terobosan yang dibentuk dengan harapan dapat membantu menunjang kemajuan ekonomi. *Viplus* merupakan *brand company* dari PT. Komunitas Cerdas Indonesia, didirikan oleh praktisi yang handal dan dikenal sebagai Maestro dalam bidang *network marketing*. Yang memiliki visi “menjadi pelopor *E-commerce Networking* di Asia Tenggara” dan memiliki misi “memberikan kesempatan berwirausaha secara digital dan komunitas sejahtera”.⁴⁰

5. Cara Menggunakan *Viplus*

Viplus dalam kerjanya adalah dengan menjual produk yang telah disediakan oleh website, yang mana para member diharuskan untuk berbelanja dengan menggunakan uang rupiah, setelah belanja member akan mendapatkan *purchase point* (PP). Point inilah yang harus dikumpulkan oleh setiap member untuk mendapatkan bintang yang lebih tinggi.

Gambar 2.1 adalah cara daftar akun *viplus*



⁴⁰ <https://www.viplus.id>.

Gambar 2.2 Cara Daftar member baru di viplus

The image shows the registration form on the viplus website. The form includes fields for:

- English / Indonesia language selection
- Log in button
- Registration type: **DAFTAR GRATIS!!!**
- Fields for: NAMA PANGGILAN, ID SPONSOR, NOMOR HP [TANPA ANGKA 0 DI DEPAN], KODE DARI TELEGRAM, EMAIL, KODE DARI EMAIL, and PASSWORD 1.
- Fields for: Nomor KTP, NAMA LENGKAP SESUAI KTP, and FOTO KTP.
- A prominent **KLIK DAFTAR** button.
- A banner at the bottom that reads **CARA DAFTAR MEMBER BARU DI VIPLUS**.

Gambar 2.3 adalah cara memasukkan rekening ke akun viplus

Gambar 2.3 adalah cara memasukkan rekening ke akun

The infographic outlines the following steps:

- 1** Pilih menu Bank Card
- 2** Masukkan nomor rekening
- 3** Pilih menu Bank Card
- 4** Lalu isi dengan data rekening dan submit
- 5** Lalu pilih menu setor ulang dan isi dengan data rekening Anda

 A note states: "Jika Anda sudah menambahkan rekening, namun ingin MENCANTUM data rekening pribadi Anda pada nomor kartu, klik isi dengan data rekening Anda."

Gambar 2.4 Perhitungan Penjualan



The Shopping Point (SP) section shows various products with their original prices and discounted prices using SP:

- Product 1: Original Rp 390.000, SP Rp 330.000
- Product 2: Original Rp 465.000, SP Rp 385.000
- Product 3: Original Rp 540.000, SP Rp 455.400
- Product 4: Original Rp 445.000, SP Rp 385.000
- Product 5: Original Rp 382.000, SP Rp 242.000
- Product 6: Original Rp 595.000, SP Rp 501.600

Gambar 2.5 Daftar Harga Produk di viplus

6. Fatwa MUI No 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah (PLBS)

Fatwa No:75/DSN-MUI/VII/2009 ditetapkan oleh Dewan Syari'ah Nasional berkaitan dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syari'ah. Latar belakang ditetapkan fatwa tersebut adalah di sebabkan oleh adanya praktik *Multi Level Marketing* atau sistem pemasaran yang dilakukan masyarakat dengan sistem jejaring pemasaran (*network marketing*). Sistem pemasaran dengan cara jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan yang termasuk *Multi Level Marketing* telah berkembang dengan berbagai sistem inovasi yang beragam namun dalam praktiknya sistem tersebut masih belum dapat dipastikan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Pemasaran dengan menggunakan sistem jejaring tersebut dikhawatirkan akan menimbulkan potensi dapat merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan. Selain itu, agar mendapat pedoman syari'ah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syari'ah (PLBS).⁴¹

Dalam fatwa No:75/DSN MUI/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syari'ah (PLBS) ini Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama menyusun berdasarkan pertimbangan adanya berbagai Firman Allah SWT antara lain:

⁴¹ Fatwa DSN-MUI Nomor:75/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

a. QS An-Nisa' [4]:29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku sukarela di antaramu...”

b. QS Al-Mutaffifiin [8]: 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتُلُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَانُوا
هُم أَوْ وَرَثُهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

c. QS Al-Baqarah [2]: 198

...لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ...

Artinya: “ ...Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia dari Tuhanmu...”⁴²

d. QS Al-Ma'idah [5]: 90

⁴² Ibid.,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ

مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: “Hai orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan keji, perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.”⁴³

Adapun 12 ketentuan yang wajib dipenuhi dalam praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dalam fatwa DSN-MUI tersebut adalah:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat;
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang

⁴³ Ibid.,

terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antar anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang digunakan untuk meneliti tentang tinjauan hukum ekonomi syariah tentang praktik *Multi Level Marketing* di Aplikasi *viplus*, ini adalah selama 11 (sebelas) bulan setelah penyelenggaraan seminar judul dan mendapat izin dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Setelah itu peneliti mencari dan mengumpulkan data serta informasi yang berkaitan dengan judul ini.

Dalam penelitian ini peneliti menyajikan aktivitas penelitian yang di gambar dalam bentuk table 3.1.

N O	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan											
		2020-2021											
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep-	Okt
1.	Perencanaan	✓											
	Penyusunan Proposal	✓	✓	✓	✓	✓							
	Seminar Proposal						✓						
	Revisi Proposal						✓	✓	✓				

2.	Pelaksanaan								✓			
	Pengumpulan Data									✓		
	Analisis Data									✓		
	Pengambilan Kesimpulan										✓	
3.	Pelaporan											✓

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di Kota Palangka Raya, adapun mengapa peneliti memilih tempat ini sebagai tempat penelitian, hal itu di karenakan terdapat fenomena permasalahan dalam penelitian ini yang terjadi di kalangan masyarakat.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris, yang dikenal dengan jenis penelitian hukum sosiologis, jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu data-data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah fakta yang ada dilapangan ataupun masyarakat yang berkaitan langsung dengan objek penelitian.⁴⁴

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 3.

C. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian hukum terdapat berbagai pendekatan penelitian, adapun pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan konseptual dan *socio-legal*. Yang mana pendekatan tersebut digunakan oleh peneliti untuk menggali dan mengkaji informasi yang ada dimasyarakat.

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang digunakan dalam sebuah penelitian hukum yang mana peneliti tidak beranjak dari aturan-aturan hukum yang ada. Hal itu dilakukan karena memang belum atau tidak ada aturan hukum yang mengatur untuk masalah yang dihadapi. Dalam pendekatan penelitian konseptual ini, peneliti harus merujuk pada prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat ditemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin hukum.⁴⁵

Menurut Fathoni, *socio-legal* adalah pendekatan penelitian ilmu hukum yang menggunakan bantuan ilmu-ilmu sosial karena berasal dari interdisiplin ilmu. Metodologinya sendiri dilakukan dengan cara mengaplikasikan perspektif keilmuan sosial terhadap studi hukum.⁴⁶

Pendekatan penelitian *socio-legal* ini peneliti gunakan adalah sebagai

⁴⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2017), 176-177.

⁴⁶ Dedi Iswanto, *Butuh Pendekatan Sosio Legal Untuk Pahami Hukum Secara Holistik*, <https://www.unila.ac.id>, diakses 16 Oktober 2021, Pukul 13:26 WIB.

pendekatan dalam penelitian untuk mengkaji ilmu-ilmu atau peraturan yang ada dimasyarakat dengan berbagai disiplin ilmu.

D. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian atau suatu titik tumpu atau fokus perhatian dalam sebuah penelitian, berupa pokok permasalahan atau fenomena yang terjadi dilapangan. Objek dalam penelitian ini adalah Praktik jual beli produk dengan sistem *Multi Level Marketing* dalam *viplus*. Adapun subjek dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria tertentu atau proposif, yaitu disesuaikan dengan teori dan fokus penelitian, diantaranya:

No	Kriteria Subjek Penelitian
1.	Berdomisili di Kota Palangka Raya
2.	Pengguna aktif <i>viplus</i> (mahasiswa maupun masyarakat umum)
3.	Pernah membeli atau mengetahui tentang produk <i>viplus</i>

E. Teknik Penentuan Subjek

Subjek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang fakta atau pendapat. Menurut Arikunto, subjek penelitian adalah suatu hal yang menjadi tujuan yang ingin diketahui oleh peneliti melalui sebuah penelitian. Jadi, subjek penelitian

adalah sumber informasi yang digali untuk mengungkap fakta-fakta dilapangan.⁴⁷

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penentuan subjek dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara mendalam. Penentuan subjek penelitian atau responden dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive Sampling*, menurut Djam'an Satori merupakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan penyesuaian pada tujuan penelitian atau pertimbangan tertentu.

Peneliti menentukan subjek penelitian berdasarkan pada permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang praktik sistem jual beli produk dalam *viplus* di Kota Palangka Raya. Maka, subjek penelitiannya yaitu orang yang menggunakan *viplus* sebanyak 3 orang.

Pemilihan subjek atau responden ini berdasarkan pada:

- a. orang yang dianggap paling mengerti atau memahami atas dasar pertimbangan tertentu yaitu memiliki informasi yang diperlukan oleh peneliti,
- b. Pernah/aktif menggunakan *viplus*,
- c. Berdomisili di Palangka Raya

⁴⁷ Yuka Matlisda Anwika, *Peran Pelatihan Keterampilan Bermusik Dalam Meningkatkan Motivasi dan Kemandirian Musisi Jalanan* (Bandung: Perpustakaan Upi Edu, 2013), 53.

Maka, alasan pengambilan 3 orang yang menggunakan *viplus* ini adalah orang yang sudah menggunakan *viplus* tersebut dan memahami tentang alur atau proses dalam penggunaan *viplus*.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam sebuah penelitian tahapan dalam mengumpulkan data salah satunya adalah dengan wawancara, adapun yang dimaksud dengan wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan seorang peneliti untuk memperoleh informasi atau keterangan tentang kejadian yang ada di masyarakat.⁴⁸

Keterangan tersebut dapat diperoleh melalui perbincangan antara kedua belah pihak, yaitu dengan pewawancara mengajukan beberapa pertanyaan kepada orang yang di wawancarai, dan yang di wawancarai tersebut memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Adapun jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara yang terstruktur yang digunakan sebagai data. Dalam melakukan wawancara tersebut, peneliti menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang tertulis seperti yang terlampir. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan penulis mencatatnya. Selain menyiapkan instrument penelitian sebagai pedoman wawancara, peneliti juga

⁴⁸ Ihromi, *Antropologi Budaya* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), 51.

menggunakan alat bantu seperti *tape recorder*, buku dan berbagai material lainnya yang dirasa perlu dalam tahap wawancara.⁴⁹

2. Observasi

Metode penelitian bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan cara ilmiah, ada banyak cara yang dilakukan dalam penelitian kualitatif, salah satunya adalah dengan cara observasi atau pengamatan langsung. Sutrisno mengemukakan bahwa, observasi adalah suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁵⁰

Observasi juga berarti suatu pengamatan yang dilakukan oleh pengumpul data dalam suatu masalah sehingga diperoleh suatu pemahaman atau sebagai alat *re-checking* atau pembuktian terhadap suatu informasi yang diperoleh. Dalam metode pengamatan ilmiah observasi biasa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang diamati atau diteliti secara sistematis.⁵¹

Dalam tahap awal observasi, peneliti mengumpulkan data atau informasi-informasi sebanyak mungkin. Setelah itu penulis akan melakukan observasi yang terfokus dengan menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sampai penulis dapat menemukan paradigma perilaku dan suatu masalah yang terjadi terus-menerus.

⁴⁹ Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologis Jaffary, 2018), 38.

⁵⁰ Albi Anggito, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: Cv Jejak, 2018), 108-109.

⁵¹ Esty Aryani Safitry, *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes* (Purwokerto: Cv IRDH, 2018), 48.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini data-data yang diinginkan peneliti adalah data dan informasi-informasi tentang praktik sistem jual beli produk dalam *viplus* seperti terlampir.

3. Dokumentasi

Teknik Pengumpulan data atau bahan hukum atau informasi-informasi yang bersumber dari non manusia seperti dokumentasi dan rekaman catatan, yang diperlukan dalam penelitian ini adalah dengan *library research*. Dalam hal ini, riset kepustakaan juga diperlukan dalam menyiapkan kerangka penelitian untuk memperoleh informasi penelitian sejenis dan memperdalam kajian teoritis dan mempertajam metodologi riset pustaka, dan memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian.⁵² Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi atau studi dokumenter yang dilakukan dengan cara mengkaji dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji oleh peneliti, baik peraturan Undang-Undang ataupun dokumen-dokumen yang sudah ada.

G. Teknik Pengabsahan Data

Pengabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah hal yang dilakukan dalam penelitian dengan cara melakukan pengecekan ulang terhadap data-data dan bahan-

⁵² Mestika Zeid, *Metode Penelitian Perpustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), 135.

bahan yang telah berhasil dikumpulkan dengan tujuan untuk menjaga kebenaran dan keaslian data.⁵³

Menurut sebagaimana yang dikutip oleh Meleong dan juga dikutip oleh Sabian Utsman, tentang keabsahan data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang secara umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian, dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, serta orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan.⁵⁴

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses dalam mencari atau menyusun data dengan sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara menyusun data dan mengurutkan data dalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih yang mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain yang mana sebelumnya dapat dipahami oleh diri sendiri.⁵⁵

⁵³ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Cet. Ke-34, 2015), 330.

⁵⁴ Sabian Utsman, *Dasar-dasar Sosiologi Hukum: Makna Dialog Hukum dan Masyarakat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet Ke-III, 2016), 387.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 244.

Permasalahan terkait adanya praktik *multi level marketing* di aplikasi *viplus* dianalisis dengan menggunakan teori strategi pemasaran. Hal-hal yang dianalisis adalah terkait praktik sistem jual beli produk dalam *viplus* yang di Kota Palangka Raya, baik di kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum. Dalam hal jual beli yang dianalisis menggunakan teori strategi pemasaran, hal yang ingin digali peneliti adalah apakah strategi pemasaran yang ada di aplikasi *viplus* sudah memenuhi standar pemasaran yang sesuai atau belum memenuhi. Terkait mekanisme dalam perjanjian dalam sistem pemasaran dianalisis menggunakan teori perjanjian. Hal-hal yang dianalisis adalah transaksi jual beli produk, pemenuhan syarat-syarat perjanjian, dan objek yang diperjual yang dianalisis menggunakan pasal 1320 KUHPerdara dan surah Al-Maidah ayat: 1. Dalam hal adanya ssesuatu yang baru termasuk adanya *viplus* ini dikaji atau dianalisis lebih dalam lagi dengan menggunakan teori *al-mashlahah mursalah*. Hal-hal yang dianalisis di dalamnya adalah mengenai praktik tersebut apakah mengandung manfaat atau kebaikan untuk masyarakat.

BAB IV

Hasil Penelitian dan Analisis

A. Gambaran Umum Kota Palangka Raya

1. Sejarah Kota Palangka Raya

Provinsi Kalimantan Tengah terbentuk pada 23 Mei 1957 dan dikuatkan dengan adanya Undang-Undang Darurat Nomor 1 tahun 1957, yaitu tentang pembentukan Daerah Swastantra Tingkat I Kalimantan Tengah. Sejak saat itulah daerah Kalimantan Tengah resmi sebagai daerah otonom, sekaligus sebagai hari jadinya Kalimantan Tengah. Sejarah terbentuknya Pemerintahan Kota Palangka Raya termasuk bagian integral dari terbentuknya Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-undang Darurat nomor 10 tahun 1957, termuat dalam lembaran Negara nomor 53.

Pasca kemerdekaan Provinsi Kalimantan memiliki 3 residen, yakni Kerisedenan Kalimantan Barat, Kerisedenan Kalimantan Selatan dan Kerisedenan Kalimantan Timur. Adapun Daerah Otonom Dayak Besar dan Swapraja Kotawaringin dibentuk menjadi 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Kapuas, Kabupaten Barito dan Kotawaringin yang bersama-sama daerah otonom Daerah Banjar dan Federasi Kalimantan Tenggara, digabungkan dalam keresidenan Kalimantan Selatan.⁵⁶

Setelah Provinsi Administratif tersebut terbentuk, sejak tahun 1952 mulai munculnya tuntutan dari masyarakat Kabupaten diantaranya Kapuas, Barito

⁵⁶ Tim Penulis, *Sejarah Kota Palangka Raya*, Palangka Raya: BAPPEDA, h.2, 2003.

dan Kotawaringin, agar 3 Provinsi tersebut dibentuk menjadi Provinsi Otonom dengan nama *Provinsi Kalimantan Tengah*. Tuntutan tersebut terus digencarkan dan disampaikan baik kepada pemerintah daerah Kalimantan maupun kepada Pemerintah Pusat. Melalui jalur-jalur demokrasi oleh partai-partai politik dan organisasi kemasyarakatan.⁵⁷

Serikat Kaharingan Dayak Indonesia (SKDI) yang melangsungkan Kongres di Bahu Palawa (masuk dalam wilayah Kecamatan Kahayan Tengah) pada tanggal 15-22 Juli 1953 mengeluarkan Mosi Nomor 1/Kong/1953 yang disampaikan kepada pemerintah pusat casuquo Menteri dalam Negeri Republik Indonesia, gubernur Kalimantan dan Residen Kalimantan Selatan, yang intinya mendesak agar tiga Kabupaten yakni, Barito, Kapuas, dan Kotawaringin, disatukan dalam status Provinsi, yakni Provinsi Kalimantan Tengah. Kongres itu dipimpin oleh Damang Sahari Andung (Salah Seorang tokoh Dayak dari Tangkahan).⁵⁸

Ketika parlemen (Parlemen/DPR-RI hasil pemilu 1955), Kalimantan dibagi menjadi 3 Provinsi yaitu Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan dan Kalimantan Barat. Penjelasan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1956 hanya menyatakan, bahwa Kalimantan Tengah akan dibentuk provinsi otonom selambat-lambatnya dalam jangka waktu tiga tahun. Sebelumnya akan dibentuk terlebih dahulu Kresidenan sebagai persiapan.

⁵⁷ Tim Penulis, *Sejarah Kota Palangka Raya*, ... 3.

⁵⁸ Ibid.,

Dengan di sahkannya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Swasentra Provinsi Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan dan Kalimantan Timur, Rakyat Kalimantan Tengah merasa kurang puas dan tetap mendesak Pemerintah Pusat agar Pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah segera direalisasikan.⁵⁹

Setelah melakukan pertemuan pada tanggal 10 Desember tahun 1956, Ketua Koordinasi Keamanan Daerah. RTA. Milono meyampaikan pengumuman tentang terbentuknya Provinsi Kalimantan Tengah yang meliputi daerah-daerah Kabupaten Barito, Kabupaten Kapuas, dan Kotawaringin telah tercapai.

Gubernur RTA Milono ditunjuk sebagai Gubernur Pembentuk Provinsi Kalimantan Tengah. Para Pejabat pemerintah Daerah Kalimantan Tengah dan Kalimantan serta Pemuka-Pemuka Masyarakat Kalimantan Tengah telah menjatuhkan pilihan dan menetapkan Pahandut sebagai calon ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah.⁶⁰

Setelah Pahandut ditetapkan sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah masih harus dicari nama yang sesuai dengan maksud dan tujuan pembangunan kota tersebut. Gubernur RTA Milono menugaskan panitia untuk mencari dan merumuskan nama bagi ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah. Akhirnya nama ibu kota itu berhasil disepakati dan disetujui

⁵⁹ Tim Penulis, *Sejarah Kota Palangka Raya*,5-7.

⁶⁰ Ibid.,

sepenuhnya oleh Gubernur RTA Milono, dan kepastian nama itu akan diumumkan sendiri oleh Gubernur Kalimantan Tengah. Pada tanggal 18 Mei 1957 dalam pidatonya, Gubernur Kalimantan Tengah mengemukakan cita-cita bahwa untuk memberi nama ibu kota Provinsi Kalimantan Tengah harus disesuaikan dengan jiwa pembangunan dan tujuan suci. Nama yang dipilih adalah Palangka Raya. Menurut Kepercayaan leluhur suku dayak. Dengan memakai wahana Palangka Bulau, Palangka berarti tempat yang suci bulau berarti emas atau logam mulia sedangkan Raya berarti besar. Dengan demikian Palangka Raya berarti tempat yang suci dan mulia yang besar. Demikianlah akhirnya kota Palangka Raya menjadi ibu kota Kalimantan Tengah.⁶¹

2. Gambaran Umum dan Letak Geografis Kota Palangka Raya

Secara umum Kot Palangka Raya adalah sebuah kota yang memiliki 3 (tiga) wajah yaitu wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Kondisi ini memberikan tantangan tersendiri bagi Pemerintah Kota Palangka Raya dalam membangun Kota ini. Kondisi ini semakin menantang, mengingat luas wilayah Kota Palangka Raya ini berada pada urutan ke-3 di Indonesia yaitu 2,687 KM.⁶²

⁶¹ Tim Penulis, *Sejarah Kota Palangka Raya, ...*, 25-26.

⁶² Anonim (Tanpa Nama), *Gambaran Umum Kota Palangka Raya*, <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/gambaran-umum/> diakses pada hari minggu 10 oktober 2021, pukul 15:24 WIB.

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113 30- 114 07 bujur Timur dan 1 35 – 2 24 Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2,853,52 KM² (267.851 Ha) dengan tofografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sebangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit, dengan luas masing-masing 119,37 KM², 641,52 KM², 387,53 KM², 603,16 KM², dan 1.101,95 KM².

Kelima Kecamatan tersebut di bagi menjadi 30 (tiga puluh) kelurahan yaitu:

- a. Kecamatan Bukit Batu, dibagi menjadi 7 (tujuh) kelurahan yaitu Kelurahan/Desa Habaring Hurung, Kelurahan/Desa Tangkiling, Kelurahan/Desa Marang, Kelurahan/Desa Tumbang Tahai, Kelurahan/Desa Banturung, Kelurahan/Desa Sei/Sungai Gohong, Kelurahan/Desa Kanarakan.
- b. Kecamatan Jekan Raya, dibagi menjadi 4 (empat) kelurahan yaitu Kelurahan/Desa Menteng, Kelurahan/Desa Bukit Tunggal, Kelurahan/Desa Palangka, dan Kelurahan/Desa Petuk Katimpun.⁶³
- c. Kecamatan Pahandut, dibagi menjadi 6 (enam) kelurahan yaitu Kelurahan/Desa Langkai, Kelurahan/Desa Pahandut, Kelurahan/Desa

⁶³ Ibid.,

Pahandut Seberang, Kelurahan/Desa Panarung, Kelurahan/Desa Tanjung Pinang dan Kelurahan/Desa Tumbang Rungan.

- d. Kecamatan Sebangau, dibagi menjadi 6 (enam) kelurahan, yaitu Kelurahan/Desa Kereng Bangkirai, Kelurahan/Desa Sabaru, Kelurahan/Desa Bereng Bengkel, Kelurahan/Desa Danau Tundai, Kelurahan/Desa Kalampangan, Kelurahan/Desa Kameloh Baru.⁶⁴

B. Hasil Penelitian

Data, hasil penelitian yang disajikan dalam penelitian ini adalah hasil dari penelitian yang diperoleh peneliti melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dijabarkan secara berurutan dengan memfokuskan pada rumusan masalah yang dikembangkan dalam pertanyaan penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kota Palangka Raya selama tiga bulan setelah dikeluarkannya surat izin penelitian dari Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya. Data hasil penelitian yang disajikan dalam skripsi ini merupakan hasil data yang diperoleh peneliti melalui proses teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi tentang **”Praktik Jual Beli Produk Dengan Sistem *Multi Level Marketing* Dalam *Viplus* (Studi Di Kota Palangka Raya)”**.

⁶⁴ Anonim (Tanpa Nama), *Daftar Kecamatan Kelurahan Kota Palangka Raya*, <https://www.organisasi.org/1970/01/daftar-nama-kecamatan-kelurahan-desa-kodepos-di-kota-palangka-raya-palangkaraya-kalimantan-tengah.html#.XQ25dFUzBIU>, diakses pada hari minggu tanggal 10 Oktober 2021, pukul 15.31 WIB.

Hasil wawancara ini disajikan secara berurutan dengan memfokuskan pada rumusan masalah penelitian yaitu, Bagaimana praktik *shopping point* dalam penjualan produk *Viplus* bagi member *vtube* di Kota Palangka Raya.

Setiap memulai proses wawancara, peneliti selalu memulai dengan pertanyaan identitas subjek dan setelah itu baru melanjutkan wawancara dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang sudah di siapkan oleh peneliti sebelumnya. dalam skripsi ini peneliti mendapatkan 3 (tiga) orang sebagai subjek penelitian, yaitu 3 (tiga) orang pengguna *viplus* dan berikut adalah pemaparan hasil penelitian yang dimulai dari subjek pertama hingga subjek ketiga.

a. Subjek Pertama

Nama : Supian
TTL : Palangka Raya, 07 Oktober 1988
Agama : Islam
Alamat : Jl. Pantung, Gg. Kemuning
Pekerjaan : Guru Honorer

Pada tanggal 18 September 2021 peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada S. Dalam wawancara ini peneliti telah menggali data yang dibutuhkan dalam menganalisis, adapun data yang telah digali ini bahwa responden telah menjawab tentang menurut sepengetahuan bapak *viplus* itu apa, dan responden menjawab:

Viplus ini pengembangan dari *Vtube*, kan yang pertama *vtube* itu sebagai aplikasi nonton iklan ya, eee apa bahasanya (*advertising*). Jadi, *Viplus* ini *E-Commerce* bahasa ini nya kan bahasa kelanjutan dari ini tahapan dari *vtube* itu. Yang pertama *advertising*, yang kedua apa *viplus* ini sebagai *e-commerce* di dalamnya ada produk-produk yang dijual. Jadi, kewajiban anggota di *vtube* atau member *vtube* kan, *vtube* jalan, apaaa *e-commerce* ini dimunculkan yaitu ada produk tadi dijual jadi, para anggota bisa beli produk di ini di *viplus*. Emang untuk aplikasi ini, bukan aplikasi ni, link web aja.⁶⁵

Kemudian selanjutnya peneliti menanyakan alasan pengguna menggunakan *viplus*, kemudian responden menjawab:

Karna ini pengembangan dari *vtube* kan, jadi ya kemaren itu sempat ikut juga membeli produk di *viplus*.

Selanjutnya peneliti menanyakan untuk sistem penggunaan dari *viplus*, kemudian responden menjawab:

Kalau sistem penggunaannya, tidak ada kaya seperti *vtube* ya, di ini di *viplus* ini, Cuma ada produk gitu aja, masuk link. Loginnya sama dengan *vtube* pakai Otp, tapi kalau yang sudah member gak pakai Otp langsung apa nomor hp sama *password* sama seperti *vtube*. Ya paling tu ada kode capcha, nah kode capcha itu.

Kemudian peneliti menanyakan siapa saja yang dapat menggunakan *viplus*, dan responden menjawab:

Semua anggota *vtube* bisa.

Kemudian peneliti menanyakan tentang perekrutan anggota *viplus* itu sama kaya *vtube*? Dan responden menjawab:

Ya sama, sama. (sama seperti *vtube*). Nah, kemudian untuk yang daftar *viplus* otomatis juga bisa jalan di *vtube*.

⁶⁵ Supian, *Wawancara* (Palangka Raya, 18 September 2021).

Selanjutnya peneliti bertanya, kalau sebelumnya tidak mempunyai *vtube*, daftar *viplus* itu bisa menggunakan *vtube* dan responden menjawab:

Ya, bisa. Kan itu, apa ibaratnya, nyambung aplikasinya.⁶⁶

Kemudian peneliti menanyakan tentang produk apa saja yang digunakan sebagai transaksi jual beli di *viplus*, dan responden menjawab:

Di *viplus* ini yang pertama ada *Gulkop* lah, kemudian yang kopi itu. Apalagi, untuk mata itu ada juga ya, terus satunya lupa nah untuk yang produk. Oleh lama gak buka *viplus* ni, atau dibuka dulu lah. Untuk produk emang belum masih banyak, tapi kan rencana kedepan, *viplus* ni produknya banyak.

Selanjutnya, peneliti menanyakan untuk produk yang dijual itu apakah benar produk kesehatan, kemudian responden menjawab:

Ya, yang pertama produk kesehatan. Karena kan pas masa pandemi ini produk kesehatan diutamakan. Apalagi tujuannya kan untuk menyehatkan ini, anggota-anggota di *vtube*. Nah itu, gak mungkin Cuma penghasilan di *vtube*, kesehatannya tidak dijaga. Nah itu, itu tujuannya.

Kemudian peneliti menanyakan tentang sistem jual beli di *viplus* itu bagaimana, dan responden menjawab:

Kalau produk ini tidak dijual, tapi kalaunya ada yang mau beli itu kan bisa apa anggota *vtube* yang membeli kan di ini di *viplus*. Pokoknya sistem jualnya itu, secara online kan. Kemudian, ya yang bisa membeli ini kan yang sudah terdaftar di *viplus* otomatis bisa beli.

⁶⁶ Supian, *Wawancara* (Palangka Raya, 18 September 2021).

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah benar sistem pembeliannya menggunakan *viewpoint*, dan responden menjawab:

Ya kalau sistem belinya itu ada yang namanya *viewpoint* di apa, dengan *shopping voucher*, di ini, tapi gak banyak itu.⁶⁷ Misalnya harganya tiga ratus lima puluh paling, *shopping voucher* itu tambahannya Cuma ini sekitar berapa potongannya itu nah, sekitar dua puluh ribuan lah. Ini lebih banyak duit *cash* juga dari pada *shopping voucher*.

Kemudian peneliti menanyakan tentang keuntungan bagi pengguna *viplus* ketika membeli produk, dan responden menjawab:

Ya itu dapat keuntungan, kalau dia dengan timnya itu sama-sama beli. Kan keuntungannya itu dari tim yang membeli, misalnya saya loh, saya beli di *viplus*, kemudian tim saya itu ikut beli. Keuntungan itu didapat dari tim saya yang beli, nah kalaunya dari ini lah, ya masing-masing tim lah itu.

Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah tim itu sama dengan tim *vtube* yang sebelumnya direkrut, dan responden menjawab:

Beda, beda, kalau yang sistem ini kan karena beli kan, otomatis kalau apa, timnya itu ikut beli, jadi ada keuntungan itu dikasih untuk yang ibaratnya yang mengarahkan timnya membeli produk di *viplus*. Itu sistemnya.

Selanjutnya, peneliti menanyakan tentang bagaimana sistem persentase keuntungan itu apakah sudah diatur di *viplus*, kemudian responden menjawab:

Ada, ada *marketing plannya*, tapi, belum dialami lagi untuk *marketing plannya viplus* kan belum.

⁶⁷ Ibid.,

Kemudian, selanjutnya peneliti menanyakan tentang apa manfaat dari adanya *viplus* ini, dan responden menjawab:

Viplus, ya kalau dari segi kesehatan itu manfaatnya untuk kesehatan itu aja yang saya tau.

Kemudian, peneliti menanyakan selama pengguna menggunakan *viplus* itu apakah ada permasalahan yang muncul, dan responden menjawab:

Selama, ya kalau masalah kan masalah dari tim aja. Yang tidak mau ikut *viplus* itu. Kalau yang dari *viplus* nya sendiri gak ada masalah, yang ada permasalahan yang di ini, di apa karena *vtube* tutupkan, jadi permasalahan tu yang ada anggota *vtube* itu tidak mau mereka ikut *viplus* kalau *vtube* belum jalan atau on. Kalau sudah on kan mungkin banyak tim itu yang dari *vtube* itu yang ikut *viplus*⁶⁸.

Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah produk *viplus* yang bapak beli sudah ada label halal nya, dan responden menjawab:

Ya, ada dari MUI, pengen lebih jelasnya di link viplus.co.id

b. Subjek Kedua

Nama : Abdul Fatah

TTL : Surabaya

Agama : Islam

Alamat : Jl.Majapahit Perum Borobudur Blok B No 7 Palangka Raya

Pekerjaan : Wiraswasta

⁶⁸ Supian, *Wawancara* (Palangka Raya, 18 September 2021).

Pada tanggal 19 September 2021 peneliti melakukan wawancara secara *online/daring* melalui *whatsapp* dengan saudara AF. Dalam wawancara tersebut peneliti menggali data-data yang diperlukan untuk menganalisis. Adapun data yang telah digali bahwa responden telah menjawab tentang sepengetahuan anda *viplus* itu apa, dan responden menjawab.⁶⁹

Viplus ini adalah fase ke 2 dari rencana bisnisnya *vtube* yaitu *E-commerce* yang memakai sistem *Network* atau jaringan.

Kemudian selanjutnya, peneliti menanyakan apa alasan anda menggunakan *viplus*, dan responden menjawab:

“Mengikuti aturan main *vtube*”

Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah setiap pengguna *vtube* diharuskan menggunakan *viplus*? Dan responden menjawab:

“Ya, Kalau mau jadi member *vtube* daftarnya lewat *viplus*”

Kemudian peneliti menanyakan sepengetahuan anda sistem penggunaan *viplus* itu seperti apa?, dan responden menjawab:

“*Login* ke web lalu belanja produk yang kita perlukan”

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang siapa saja yang dapat menggunakan *viplus* ini? Dan responden menjawab:

“Semua member *vtube* yang lama atau member *viplus* yang baru minimal usia 17 tahun”

⁶⁹ Abdul Fatah, *Wawancara* (Palangka Raya, 19 September 2021).

Kemudian peneliti menanyakan tentang apakah isa member yang mau menggunakan *viplus* belum terdaftar sebagai member *vtube*?:

“Bisa, hanya mau menjalankan *viplus* saja boleh”

Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah setiap member atau anggota *viplus* diharuskan membeli produk yang dijual oleh *viplus*?, dan responden menjawab:

“tidak wajib, kalau membeinya mau dapat *income* yang lebih besar tentu dia jalankan *viplus* dengan belanja produk dan rekrut”

Kemudian, peneliti menanyakan tentang produk apa saja yang yang diperjual belikan di *viplus* itu?, dan reponden menjawab:

“Sekarang baru 6 Produk, yaitu *ViBoost*, *Dietox*, *Collabeau*, *Fitkofe*, dan *Glucoff*”

Selanjutnya, peneliti menanyakan siapa saja yang dapat melakukan penjualan atau pembelian produk?, respon menjawab:

“untuk saat ini *viplus* hanya melayani penjualan produk saja yang dapat melakukan pembelian produknya ya semua member *viplus*”

Kemudian peneliti menanyakan tentang, apakah setiap member yang melakukan pembelian produk itu mendapat keuntungan? Dan responden menjawab:

“Dapat”⁷⁰

⁷⁰ Abdul Fatah, *Wawancara* (Palangka Raya, 19 September 2021).

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang keuntungan yang diperoleh itu bisa berupa apa? Dan responden menjawab:

“Keuntungan akumulasi pp sampai mencapai peringkat Bintang 6, kalau *Repeat Order* (RO) nya sudah sampai mencapai *star mission* bintang 6 sudah maksimal, hitungan *Repeat Order* nya bagaimana? Kan sudah masuk bintang 6 (25.000 pp), jadi tidak dapat menambah paket *join/ star mission* lagi? Jadi kalau omset pribadi di atas 25.000 PP maka sisanya akan dihitung 20% jadi *cashback* untuk diri sendiri.”

Kemudian peneliti menanyakan apakah setiap member yang melakukan pembelian itu memperoleh keuntungan? Dan responden menjawab:

“ya, setiap member yang melakukan pembelian atau belanja produk sebesar 150 pp atau +- Rp.350.000/bulan.”

Selanjutnya peneliti menanyakan apa manfaat dari adanya *viplus*?, dan responden menjawab:

“ada peluang mendapatkan penghasilan yang tak terbatas, tergantung membeinya mau atau tidak.”

Kemudian peneliti menanyakan menurut bapak selama menggunakan *viplus* apakah muncul permasalahan? Dan responden menjawab:

“Tidak ada”⁷¹

⁷¹ Abdul Fatah, *Wawancara* (Palangka Raya, 19 September 2021).

c. Subjek ketiga

Nama : Priyono

TTL : Talio Muara, 7 Juli 1990

Agama : Islam

Alamat : Jl. Bangaris komp. Griya bukit pinang indah

Pekerjaan : Wiraswasta

Pada tanggal 27 September 2021 peneliti melakukan wawancara secara online/daring melalui *whatsapp* dengan saudara P. Dalam wawancara tersebut peneliti menggali data-data yang diperlukan untuk menganalisis. Adapun data yang telah digali bahwa responden telah menjawab tentang sepengetahuan anda *viplus* itu apa, dan responden menjawab:

“*viplus* atau *viplus.id* web atau aplikasi untuk pembelian produk-produk herbal yang bekerjasama dengan *vtube*.”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah saudara pernah menggunakan *viplus* dan apa alasan saudara menggunakannya? Dan responden menjawab:

“pernah, untuk membeli produk dan jaringan”

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana sistem penggunaan dari *viplus* ini? Dan responden menjawab:⁷²

⁷² Priyono, *Wawancara* (Palangka Raya, 27 September 2021).

“login ke web yang disediakan perusahaan dengan akun masing-masing”

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang siapa saja yang dapat menggunakan *viplus*? Dan responden menjawab:

“semua yang mau bisa”

Kemudian peneliti menanyakan siapa saja yang mendapatkan keuntungan, apakah anggota yang berbelanja, perusahaan atau orang yang merekrut anggota? dan responden menjawab:

”semuanya dapat untung”

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang produk apa saja yang dijual oleh *viplus*? Dan responden menjawab:

“ *Glucoff, eyevi, diet x, fitkofe, collabeau, viboost*”

Kemudian peneliti menanyakan tentang produk tersebut dijual dimana, dan responden menjawab:

“dari pusat, <https://viplus.id/>”

Kemudian peneliti menanyakan tentang keuntungan apa yang diperoleh member ketika berbelanja di *viplus* dan apakah ada persennanya? Dan responden menjawab:

Potongan diskon, kalau ada member beli dapat persen.

Selanjutnya peneliti menanyakan tentang, keuntungan apa saja yang diperoleh dengan adanya *viplus*, dan apa manfaatnya, kemudian responden menjawab:

Keuntungannya untuk kesehatan, manfaatnya sesuai produknya⁷³

Selanjutnya, peneliti menanyakan apakah produk *viplus* yang bapak beli sudah ada label halal nya, dan responden menjawab:

“ada”

Berdasarkan wawancara peneliti dengan subjek yang menggunakan *viplus* diatas, dapat penulis simpulkan bahwa memang terjadi praktik jual beli produk yang di *viplus* dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM), dengan sistem rekrut member atau anggota dan mengajak untuk membeli produk tersebut dengan memberikan keuntungan berupa point, yang dapat dijadikan sebagai potongan harga ketika berbelanja. Selain itu subjek yang berasal dari kalangan ulama juga membolehkan praktik *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut selama praktik yang dilakukan berdasarkan keridhaan atau suka sama suka dan tidak merugikan pihak-pihak yang bertransaksi.

C. Analisis Hasil Penelitian

Setelah melakukan serangkaian proses wawancara dengan 5 (lima) orang subjek penelitian, maka data-data yang diperlukan berhasil dikumpulkan oleh peneliti. Kemudian selanjutnya peneliti menganalisis data-data yang diperoleh tersebut dalam sub-bab ini. Adapun sub-bab ini terbagi menjadi kajian utama sesuai rumusan masalah dan terbagi pula menjadi poin-poin kesimpulan

⁷³ Priyono, *Wawancara* (Palangka Raya, 27 September 2021).

jawaban dari rumusan masalah yang hasil analisisnya dapat dilihat sebagai berikut:

1. Praktik *Shopping Point* Dalam Penjualan Produk *Viplus* Bagi Member *Vtube* di Kota Palangka Raya

Berdasarkan hasil wawancara dengan S, ia menerangkan bahwa pernah menggunakan *viplus* dengan alasan bahwa sebelumnya ia sudah menggunakan aplikasi *vtube*, yang mana mengharuskan setiap member yang menggunakan *vtube* tersebut untuk *log-in* atau masuk link *viplus* yang telah disediakan dengan alasan peralihan sementara aplikasi *vtube* tersebut masih belum aktif. Dalam pernyataannya S menyatakan bahwa ia pernah melakukan transaksi jual beli di *viplus*, ia membeli sebuah produk kesehatan. Yang mana produk yang ia beli adalah *Glucoff*, yaitu produk *viplus* yang berupa kopi yang dipercaya dapat membantu kesehatan. S mengatakan bahwa tujuan penjualan produk kesehatan ini adalah supaya bisa membantu menunjang kesehatan member-member atau anggota yang menggunakan aplikasi *vtube* maupun *viplus*. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori *al-mashlahah*, yang mana maksud dari teori ini adalah suatu hal yang dapat membawa kebaikan atau manfaat, yang mana dalam hal tujuan penjualan produk oleh pihak perusahaan *viplus* tersebut adalah untuk menunjang atau memberikan manfaat dalam hal kesehatan para

anggota atau member. Beberapa ayat dalam Al-Qur'an dan Hadits mengungkapkan tentang kebaikan atau manfaat antara lain:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ، وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya: “Barangsiapa yang berbuat kebaikan (sebesar biji dzarah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya. Dan barangsiapa yang berbuat kejahatan (sebesar biji dzarah), niscaya dia akan melihat (balasan) nya pula.” (QS. Az-Zalzalah:7-8)⁷⁴

وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةٍ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ...

Artinya: “Barangsiapa yang membantu keperluan saudaranya, maka Allah akan membantu keperluannya. (HR Bukhari-Muslim)⁷⁵

Selanjutnya, sama dengan pernyataan S, P dan AF juga mengatakan bahwa mereka pernah menggunakan *viplus* dengan alasan bahwa peralihan sistem dari aplikasi *vtube* ke *viplus*. Dan dalam keterangan P ia menyatakan bahwa pernah melakukan transaksi pembelian barang di *viplus*, sedangkan AF hanya menggunakan *viplus* sebagai sistem peralihan sementara sebelum aplikasi *vtube* diaktifkan kembali. S mengatakan bahwa sistem jual beli yang ada di *viplus* adalah dengan penukaran *purchase point* (PP) yang bisa menjadi

⁷⁴ Al-Zalzalah:7-8.

⁷⁵ Hadits Riwayat Bukhari, Shahih al-Bukhariy, juz III, h.168, hadits no.2442 dan Muslim, Shahih Muslim, Juz VIII, hal.18, hadits no. 6743 dari Abdullah bin Umar r.a).

shopping voucher/ shopping point yang dijadikan sebagai potongan atau diskon ketika melakukan pembelian di *viplus*.

Dalam penelitian penulis mengetahui bahwa untuk memperoleh *shopping point* (SP) tersebut melalui dua cara yaitu:

- a. Melalui proses mutasi data, yang mana mutasi data ini perpindahan data yang dari sebelumnya adalah anggota *vtube* menjadi anggota *viplus*, namun anggota tersebut mendapatkan *shopping point* (SP) yang diperoleh berdasarkan usaha yang dilakukan sebelumnya di *vtube* yaitu menonton iklan yang memperoleh *view point* (VP). Hal tersebut sesuai dengan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 pada point nomor 4 yang berbunyi “komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi dan kerja nyata”.
- b. Melalui proses transaksi pembelian produk, yang mana setiap member yang membeli produk *viplus* maka transaksi tersebut akan memperoleh *purchase point* (PP) yang di akumulasikan menjadi *shopping point* (SP).

Menurut kesimpulan peneliti berdasarkan hasil wawancara dalam praktiknya sistem jual beli dalam *viplus* yaitu adanya sistem *Multi Level Marketing* (MLM) dengan adanya proses perekrutan anggota dari aplikasi sebelumnya yaitu *vtube* yang dialihkan ke *viplus* untuk sementara waktu, maupun melalui proses perekrutan anggota baru

yang ingin bergabung. Dalam proses penjualannya perusahaan menyediakan 6 (enam) produk yang difokuskan dalam hal kesehatan yang diharapkan dapat membantu menunjang kesehatan member *viplus* maupun *vtube*. Adapun produk-produk yang ditawarkan yaitu *Viboost*, *Dietox*, *Eyeyi*, *Collabeau*, *Fitkofe*, dan *Glucoff*. Dalam praktiknya sistem penjualan ini dilakukan langsung oleh perusahaan kepada member-member yang sudah bergabung di *viplus* baik melalui sistem perekrutan anggota/member baru maupun member yang mendaftar juga sebelumnya sebagai anggota *vtube* menjadi anggota *viplus*. Selain itu mereka juga aktif dalam hal promosi disetiap grub-grub member setiap harinya. Setiap member yang melakukan proses jual beli dengan perusahaan *viplus* akan memperoleh keuntungan berupa *purchase point* (PP) yang nantinya akan menjadi *Shopping Point* (SP) yang digunakan untuk mendapat potongan harga disaat melakukan pembelian.

Hal tersebut sesuai dengan teori strategi pemasaran yaitu cara atau langkah yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam upaya peningkatan pemasaran produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan adanya beberapa kerangka dasar yang telah ditentukan di dalam strategi pemasaran yang terdiri dari 4 unsur pokok yang berada dalam ruang lingkup pemasaran, yaitu:

- a. Kebutuhan, Keinginan dan permintaan

Pemasar harus memahami pasar target dengan mengkaji apa yang menjadi kebutuhan, apa yang menjadi keinginan dan pada akhirnya menjadi permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Kebutuhan adalah suatu keperluan yang mendasar bagi manusia. Pada hakikatnya manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian dan tempat tinggal untuk bertahan hidup.

b. Produk, jasa atau bentuk lainnya

Produk, jasa atau tawaran (*market offering*) lain adalah respon dari pemasar yang berusaha membantu memecahkan masalah konsumen dalam bentuk merancang konsep produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan atau selera konsumen.

c. Nilai, Kualitas dan kepuasan

Tawaran pasar disebut berhasil jika tawaran itu memberikan hasil dan kepuasan bagi pembeli yang dijadikan pasar target. Pembeli atau konsumen akan selalu memilih diantara berbagai tawaran pasar yang dianggap mampu memberikan nilai paling memuaskan. Nilai (*value*) terutama ditentukan oleh kombinasi kualitas, layanan, dan harga. Peningkatan kualitas dan layanan akan meningkatkan nilai, sedangkan penurunan harga akan meningkatkan nilai.

d. Pasar, pertukaran dan transaksi

Seorang pemasar dalam sebuah pasar dalam praktiknya menyediakan barang yang dibutuhkan oleh konsumen, karena konsumen ini memerlukan barang tersebut maka ia akan membelinya. Tentu saja dalam proses demikian terjadilah pertukaran yang dilanjutkan dengan transaksi ekonomi.

Dalam praktiknya sistem jual beli di *viplus* hanya melalui sistem perekrutan anggota dan jual beli langsung antara perusahaan *viplus* kepada anggota/member tanpa melalui perjanjian khusus terkait keuntungan yang diperoleh dalam kerjasama antara member dan perekrut anggota maupun pihak perusahaan *viplus*. Hal ini jika dikaitkan dengan teori perjanjian maka praktik sistem jual beli yang ada dalam *viplus* masih belum sesuai, hal ini disebabkan dalam praktiknya memang tidak ada perjanjian yang dibuat oleh para pihak melainkan hanya ada *marketing plan* yang disediakan oleh pihak perusahaan. Dalam teori perjanjian dibahas mengenai syarat sah perjanjian dalam Islam yaitu:

- a. *Baligh*, artinya kedua belah pihak yang melakukan perjanjian sudah berakal dan dapat membedakan yang baik dan buruk.
- b. Objek akad (transaksi), bebas dari najis, halal untuk diperjual belikan atau digunakan, barang yang dijadikan objek harus jelas, dan merupakan hak milik secara sempurna.

- c. Lafazh (*sighat*),lafazh merupakan suatu ucapan yang dilontarkan oleh kedua belah pihak untuk menunjukkan atau keinginannya (*ijab-qabul*).

Ditinjau dari syarat sah perjanjian dalam Islam praktik sistem jual beli yang ada di *viplus* belum sesuai dengan teori perjanjian yaitu tidak adanya lafazh (*sighat*) yang dibuat secara khusus yang dibuat oleh kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan melainkan hanya *marketing plan* yang dibuat secara sepihak oleh perusahaan. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Mai'dah (5) ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu...”⁷⁶

Dari ayat tersebut dapat peneliti tegaskan bahwa dalam praktik sistem jual beli yang ada dalam *viplus* masih belum memenuhi syarat sah perjanjian dalam Islam, dikarenakan lafazh (*sighat*) berupa akad kesepakatan mengenai keuntungan dalam hal penjualan dan pembelian produk tidak dibuat dan disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam praktiknya sistem jual beli dalam *viplus* ini memang tidak memuat causa-causa atau perjanjian yang khusus dalam sebuah hubungan

⁷⁶ Al-Ma'idah,5:1.

pekerjaan, namun saling berkaitan satu sama lain dalam hal menjual maupun membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Dengan tidak adanya causa perjanjian, maka hal ini menurut peneliti praktik sistem jual beli yang ada dalam *viplus* ini masih belum kuat jika hanya berdiri di *marketing plan* yang hanya dibuat oleh perusahaan tanpa adanya kesepakatan para pihak didalamnya. *Marketing plan* yang dimaksud peneliti disini adalah rencana target pasar yang didalamnya memuat beberapa hal salah satunya adalah persentase keuntungan yang didapat oleh para pihak.

2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik *Shopping Point* Dalam Penjualan Produk *Viplus* Bagi Member *Vtube* di Kota Palangka Raya

Dalam meninjau dari segi hukum Ekonomi Syariah penulis mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan praktik sistem jual beli dalam *viplus* ini berdasarkan pada fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 yaitu tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang mengatur tentang 12 syarat yang harus terdapat dalam sebuah perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM), yaitu:

a. Dilihat Dari Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009

1. Ada objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;

Syarat yang pertama ini rukun akad yang harus dipenuhi dalam akad jual beli, yang mana harus memenuhi syarat-syarat sah nya suatu akad yaitu (1) adanya para pihak yang berakad, (2) adanya *sighat* (ijab dan qabul), (3) adanya objek akad, jika suatu akad tidak memenuhi rukun-rukun tersebut, maka akadnya menjadi batal. Hal ini menjadi sebuah hal kajian penulis yaitu dalam praktik jual beli dalam *viplus* yang dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) bahwa objek yang diperjualbelikan jelas berupa produk kesehatan diantara produk yang diperjualbelikan yaitu *Viboost, Dietox, Collbeau, Eyevi, Fitkofe* dan *Glucoff*.

1. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;

Berdasar pada dalil yang dimuat dalam fatwa tersebut, terutama pada hadits yang melarang jual beli *khamr*, bangkai, babi dan patung-patung, hadits tersebut yaitu:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ، ...

Artinya: “Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli *khamar*, bangkai, babi dan patung-patung.”(Muttafaq ‘alaihi).

Fatwa tersebut mengharamkan *Multi Level Marketing* (MLM) yang menjual produk yang haram atau yang sengaja diperuntukan sesuatu yang haram. Adapun yang menyangkut tentang jual beli

produk dalam *viplus* berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan subjek yang menggunakan *viplus* bahwa S dan P menerangkan produk tersebut sudah terdapat label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

2. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar, maysir, riba, dharar, dzulm*, maksiat;

Dalam point ketiga ini menjelaskan bahwa adanya 6 point yang dilarang dalam setiap perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM), yaitu:

- a. Larangan *gharar*. *Gharar* adalah setiap transaksi yang tidak jelas, atau bahkan mengandung unsur penipuan secara sengaja. Maksud dari ketidakjelasan ini mengarah pada harganya, jenis atau spesifikasi barang yang diperjualbelikan, ukuran atau takarannya, ketidakjelasan hasilnya, ketidakjelasan atau ketidakpastian serah terima barang atau tidak jelas atas efek apa yang muncul dari transaksi tersebut, dan ketidakjelasan ini mengandung unsur bahaya/risiko.
- b. Larangan *maysir*. *Maysir* atau perjudian adalah segala bentuk transaksi yang mengandung unsur untung-untungan, taruhan, yang ketika akad itu terjadi hasil yang akan diperoleh belum jelas, dalam transaksi tersebut akan ada sebagian pihak yang diuntungkan dan sebagian pihak dirugikan.

- c. Larangan unsur riba. Secara umum riba terbagi menjadi dua macam yaitu riba nasi'ah dan riba fadl. Riba nasi'ah yaitu riba yang terkandung dalam transaksi utang piutang dan jual beli yang mengandung unsur penundaan, dan dalam penundaan tersebut terdapat riba yaitu berupa pengambilan keuntungan atau tambahan. Sedangkan riba fadl yaitu riba yang terjadi dalam transaksi jual beli yaitu adanya seorang penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli dengan barang yang sejenis tetapi terdapat perbedaan kuantitas barang.
- d. Larangan *dzulm*. Hal ini telah diatur dalam Alqur'an surah Al-Baqarah ayat 279, yaitu:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِنَّكُمْ لَفِي رُحُوسٍ

أَمْوَالِكُمْ ۖ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertaubat maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”.⁷⁷

Dalam tafsir singkat kemenag RI menerangkan tentang ayat ini bahwa, jika kamu tidak melaksanakannya, yakni apa yang diperintahkan ini, sehingga kamu memungut sisa riba yang belum

⁷⁷ al-Baqarah, 2:279.

kamu pungut, maka yakinlah akan terjadi perang yang dahsyat dari Allah dan Rasul-Nya antara lain berupa bencana dan kerusakan di dunia, dan siksa yang pedih di akhirat. Tetapi jika kamu bertaubat, yakni tidak lagi melakukan transaksi riba dan melaksanakan tuntutan ilahi, tidak memungut sisa riba yang belum dipungut, maka perang tidak akan berlanjut bahkan kamu berhak atas pokok hartamu dari mereka. Dengan demikian, kamu tidak berbuat zalim atau merugikan dengan membebani mereka pembayaran utang melebihi apa yang mereka terima dan tidak dizalimi atau dirugikan karena mereka membayar penuh sebesar utang yang mereka terima.

- e. Larangan unsur *dzarar*. Yaitu adanya hal-hal yang dapat membahayakan diri sendiri maupun orang lain.
- f. Larangan maksiat. Hal ini termuat dalam al-qur'an surah al-Maidah ayat 2 yang artinya: "Dan janganlah tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".

Kajian tentang *riba*, *maysir*, *dzulm*, *dzarar*, *gharar* dan maksiat penulis paparkan karena dalam perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) kemungkinan adanya unsur *gharar*, *riba*, dan *maysir* yang terletak pada sistem pembagian bonus atau *marketing plan*, bukan terletak pada produknya.

3. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat diperoleh;

Dalam bab Jual beli ada istilah Khiyar Ghibn. Ghibn adalah ketidaksesuaian antara harga dengan barang. Khiyar ghibn adalah hak untuk melakukan *cancellation* (ilgho') dalam jual beli yang terjadi karena harga yang ditentukan oleh penjual tidak sesuai dengan harga pasar (harga umum), khiyar ini dibenarkan dengan catatan penjual dan atau pembeli tidak mengetahui harga pasar serta tidak mahir melakukan proses tawar-menawar, ghibn adalah salah satu bentuk penipuan. Dalam *viplus* tentang harga telah dicantumkan dalam deskripsi penjualan produk.

4. 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;

Point ini merujuk kepada kaidah fiqh yg tersebut dalam fatwa yaitu :

الْأَجْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ

Artinya: “Upah sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)”.

Untuk meneliti apakah sebuah MLM menerapkan point persyaratan ini atau tidaknya, kita dapat melihat dari marketing plan

atau system pembagian bonus yang berlaku pada perusahaan tersebut. Diantara indikatornya adalah apakah anggota yang mendaftar belakangan berpeluang mendapatkan bonus yg lebih besar dibanding anggota yang mendaftar lebih duluan, apakah downline bisa melebihi upline, jika jawabannya adalah YA, maka kemungkinan besar *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut menerapkan konsep upah sesuai dengan jerih payah, namun jika jawabannya adalah TIDAK maka kemungkinan besar *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut tidak sesuai dengan point persyaratan ini. Terkait pembagian upah atau bonus dalam bisnis *viplus* ini menurut yang penulis telaah adalah bagi member atau anggota yang sebelumnya telah masuk atau terdaftar menjadi anggota *vtube* untuk pemberian bonusnya lebih banyak, hal tersebut karena member tersebut telah mengumpulkan point-point di *vtube* yang dapat digunakan kembali di *viplus* berupa *shopping point* yang dijadikan sebagai potongan harga atau *discount*. Hal ini berbeda dengan member atau anggota yang baru bergabung di *viplus* member tersebut harus memulai dari awal untuk mengumpulkan point melalui transaksi belanja yang dilakukan, hal tersebut terjadi karena memang sebelumnya member ini bukan anggota atau member *vtube* dan tidak ada kerja sebelumnya di aplikasi *vtube*, akan tetapi kemungkinan member yang baru bergabung di *viplus* bisa memperoleh point yang lebih banyak dibandingkan member yang lebih dulu terdaftar di *vtube*

dengan cara rekrut ataupun perbanyak transaksi perbelanjaan . Menurut telaah penulis hal ini telah sesuai dengan point fatwa ini karena mereka menerapkan upah atau bonus sesuai dengan tingkat kerja yang dilakukan.

5. Komisi 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;

Hal ini mengacu pada ketentuan akad khususnya yang berkaitan dengan *Multi Level Marketing* (MLM) seperti akad ju'alah. Hal ini dikaitkan dengan sistem pembagian bonus yang ada dalam *viplus* telah sesuai dengan point fatwa ini karena dalam bisnisnya telah termuat *marketing plan* yang dapat dijadikan acuan dalam penghitungan bonus bagi setiap member atau anggota yang bertransaksi dalam *viplus*.

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

Multi Level Marketing (MLM) syariah mengharuskan setiap member/pelaku untuk selalu bekerja secara kontinu sampai kapanpun, pada peringkat tertinggi dalam keanggotannya sekalipun, meskipun jenis pekerjaan mungkin berbeda. Dalam *Multi Level Marketing* (MLM) ada beberapa jenis pekerjaan seperti memprospek atau

mencari calon anggota baru, presentasi kepada calon anggota baru, merekrut, memfollow up member baru, menjual produk, membimbing *downline*, memberikan *training* dan pelatihan, mengontrol jaringan, dan bisa jadi ada yang hanya berperan mirip sebagai konsultan. Hal ini dalam bisnis *viplus* dilakukan oleh *upline* kepada *downline* nya berupa pembentukan grub-grub member *viplus* yang dibuat untuk membina member-membarnya serta mengontrol jaringan dan melakukan promosi-promosi penjualan produk.

7. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*;

Ighra' adalah memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebih-lebihan. Ketentuan DSN-MUI dalam fatwa ini, menurut penulis, sebenarnya lebih merupakan panggilan atau *control* moral. Di dalam dunia tasawwuf ada istilah *hubbub dunya* atau *thuulul amal* (cinta dunia, banyak berangan-angan). Dua sifat ini merupakan akhlak yang tidak baik karena akan membuat seseorang terlena dengan kehidupan dunia dan lalai terhadap kehidupan akhiratnya.

Sebenarnya *Ighra'* dalam batas tertentu bisa jadi merupakan hal yang positif, karena dengan adanya *ighra*, iming-iming atau insentif yang dijanjikan, seseorang akan termotivasi untuk melakukan suatu pekerjaan atau untuk bekerja lebih keras. Tanpa ada motivasi maka manusia akan cenderung bermalas-malasan, hanya saja motivasi itu

tidak boleh berlebihan. Dalam sistem penjualan *viplus*, *ighra*' tersebut dapat ditemukan melalui grup maupun *chat* pribadi kepada member berupa promosi.

8. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;

Secara umum ada atau tidaknya eksploitasi dapat diketahui dari *marketing plannya*. Sebagai salah satu tolak ukurnya adalah : jika *marketing plannya* memberikan peluang kepada setiap member yg mendaftar lebih dahulu pasti mendapatkan bonus yg lebih besar, maka ini adalah salah satu bentuk eksploitasi yang dilarang, kemungkinan besarnya *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut tidak dapat memenuhi fatwa ini, sehingga belum dapat dikategorikan sebagai perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah. Membahas terkait *marketing plan*, dalam *viplus* juga terdapat hal serupa, namun ada sedikit perbedaan dalam pembagian bonusnya, yakni tergantung bintang yang diperoleh setiap member, jika member tersebut memperoleh bintang 1 maka member tersebut memperoleh keuntungan 10% dan jika member tersebut memperoleh keuntungan 20%. Pembagian tersebut sesuai dengan tingkat bintang yang dicapai oleh setiap member dan tingkatan bintang tersebut diperoleh sesuai banyak nya point yang diperoleh. Menurut penulis ini bukan

merupakan bentuk eksploitasi dikarenakan pemberian bonus sesuai dengan jerih payah kerja.

9. 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;

Perusahaan apapun, konvensional ataupun *Multi Level Marketing* (MLM) akan dihadapkan pada kemungkinan untuk melakukan acara-acara seremonial seperti ulang tahun perusahaan, gathering, pesta, penghargaan kepada karyawan teladan atau bahkan ketika perusahaan mendapatkan prestasi tertentu. Kegiatan-kegiatan ini juga tidak selamanya menjadi kewajiban setiap member. Seorang member bisa saja merekrut banyak anggota dan menjual produk sebanyak mungkin tanpa harus menghadiri acara tersebut, meskipun ini jarang terjadi.

Jadi, point persyaratan ke-10 ini sebenarnya tidak hanya berlaku bagi perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) tetapi berlaku setiap perusahaan dan bahkan bagi usaha perorangan, point ini juga berlaku untuk berbagai kegiatan dalam dunia pendidikan, sosial dan politik dan lain-lain.

10. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;

Menurut penulis, dimasukkannya persyaratan ini dalam fatwa tersebut merupakan hal yang positif, meskipun boleh jadi ajaran ini merupakan hal yg bersifat *general-universal* dalam semua hal. Dalam praktiknya memang banyak *money game* yang berkedok *Multi Level Marketing* (MLM), mereka hanya mengutamakan perekrutan anggota baru kemudian para anggota itu dibiarkan begitu saja. Hal ini antara lain dikarenakan perusahaan hanya memerlukan uang iuran pendaftaran dari setiap member yang bergabung, perusahaan mungkin tidak menjual produk riil sehingga tidak perlu pembinaan, perusahaan yang demikian ini mungkin bahkan memang berencana untuk tidak hidup dalam masa yang panjang, sehingga tidak perlu pembinaan. Seorang *upline* tidak tertarik untuk membina *downline* nya, karena perusahaan tidak mementingkan penjualan produk, atau bahkan menafikan hal tersebut. Dengan penjelasan ini maka salah satu indikator *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah adalah bagaimana para member yang menjadi anggota lebih dulu memberikan kepedulian dan bimbingan yang maksimal kepada member yang masuk belakangan. Hal ini akan menjadi sangat positif jika pembinaan yang dilakukan oleh mereka mendapatkan dukungan yang sepenuhnya dari pihak perusahaan. Hal ini ditemukan dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di *vipus* karena untuk pembinaan member yang lebih intensif tidak dilakukan.

11. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Dalam fatwa ini, *money game* didefinisikan sebagai kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian, dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam *viplus* praktik *money game* tidak ditemukan karena tidak adanya biaya pendaftaran dan produk yang dijual riil.

Selain menganalisis dan mengkaji fatwa, penulis juga mengkaji tentang, perjanjian, akad jual beli, dan akad ju'alah:

b. Dilihat Dari Perjanjian

1. Hukum Perjanjian Menurut KUHPerdato

Hukum perjanjian dalam hukum barat diatur dalam ketentuan buku III KUHPerdato tentang perikatan. Pasal 1313 KUHPerdato dibawah judul “Tentang Perikatan-perikatan yang dilahirkan dari Kontrak atau Perjanjian” menyatakan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap orang lain atau lebih”.⁷⁸

⁷⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press,2018), 7.

2. Hukum Perjanjian Islam

Aspek yang memegang peranan penting di dalam pelaksanaan hukum privat adalah hukum perjanjian. Jadi, dengan demikian hukum perdata Islam yang sangat besar peluangnya untuk dapat diterapkan di Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah hukum perjanjian. Hal ini terlihat pada munculnya peraturan perundang-undangan seperti tentang Standar Akad.

Asas-asas yang terkandung di dalam Konsep Hukum Perdata Islam, memang sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia. Menurut Prof.Mohammad Daud Ali, ada beberapa asas-asas hukum yang terkandung di dalam Hukum Perdata Islam yang menjadi tumpuan atau landasan untuk melindungi kepentingan pribadi seseorang, yaitu:⁷⁹

a) Asas Kebolehan atau *Mubah*

Secara prinsip Islam membolehkan melakukan semua hubungan hukum keperdataan (*muamalah*) sepanjang hubungan itu tidak secara tegas dilarang oleh *Al-Qur'an* dan *as-Sunnah*. Dalam hal ini Islam tidak melarang setiap pekerjaan ataupun aktivitas muamalah yang dilakukan setiap manusia yang masih sesuai dengan konsep yang diperbolehkan dalam *Al-Qur'an*, seperti halnya dalam hal mencari rezeki

⁷⁹ Ibid., 17-18.

untuk menyambung hidup Allah memperbolehkan manusia bekerja dengan pekerjaan apapun itu, selama pekerjaan tersebut halal dan tidak secara tegas dilarang oleh agama. Berkaitan dengan hal yang sedang peneliti kaji yaitu praktik *multi level marketing* (mlm) yang ada di *viplus* ini yang dalam praktiknya tidak peneliti temukan hal-hal yang dilarang oleh Islam seperti *gharar*, *maysir*, *dzulm*, *riba*, dan *maksiat*. Hal ini sesuai dengan kaidah ushul fiqh yang peneliti gunakan untuk menganalisis adalah:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkan”.

b) Asas Kemaslahatan Hidup

Bahwa setiap hubungan keperdataan harus senantiasa mendatangkan kebaikan dan faedah bagi kehidupan. Dalam setiap hal yang dilakukan manusia tentu saja mengejar manfaat, salah satunya adalah dalam hal praktik penjualan produk di *viplus* ini, dengan berdasarkan hasil wawancara dengan subjek S peneliti menemukan bahwa S menerangkan bahwa tujuan penjualan produk kesehatan di *viplus* ini adalah

untuk menunjang kesehatan anggota atau member *vtube* dan *viplus*⁸⁰.

c) Asas Kebebasan dan Kesukarelaan

Bahwa setiap hubungan keperdataan harus senantiasa didasarkan pada kesukarelaan dan kebebasan para pihak.

Dalam hal ini, setiap manusia atau individu yang melakukan suatu pekerjaan atau muamalah dalam Islam haruslah berdasarkan pada keikhlasan hati tanpa ada suatu paksaan apapun.

d) Asas menolak *mudharat* dan mengambil manfaat

Bahwa di dalam melakukan hukum perdataan manfaat harus menjadi tujuan utama, dan sejauh mungkin harus dihindari adanya *mudharat* yaitu sesuatu yang mendatangkan kerugian bagi para pihak.

Berkaitan dengan asas *mudharat* tersebut peneliti juga menganalisis hal tersebut menggunakan kaidah ushul fiqh yaitu:

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصْلِحِ

Artinya: “Mencegah kerusakan itu di dulukan dari pada membuat kebaikan”.⁸¹

⁸⁰ Ibid., 18.

⁸¹ Abdul Hamid Hakim, <http://digilib.uinsby.ac.id>, di akses 25 Oktober 2021, Pukul 19:16

Kaidah ushul fiqih tersebut menjelaskan tentang mencegah suatu kerusakan itu lebih diutamakan dibandingkan mendatangkan kebaikan. Hal ini dalam praktiknya jual beli *viplus* memang berupa produk kesehatan yang dijual demi menjaga kesehatan para anggota atau member.

Menurut kesimpulan peneliti berdasarkan uraian diatas, dalam praktiknya *viplus* melakukan penjualan produk yang mana dalam penjualan tersebut pihak perusahaan menjanjikan keuntungan berupa *shopping point* dengan persentase tertentu sesuai dengan bintang member tersebut. Dapat dilihat terkait keuntungan yang diperoleh baik perusahaan maupun member tidak dimuat dalam sebuah perjanjian melainkan *marketing plan* yang dibuat secara sepihak oleh perusahaan bukan berdasarkan pada kesepakatan oleh para member. Namun, praktik tersebut dalam Islam mengandung beberapa hal yang memang diperbolehkan dikarenakan dalam praktiknya perusahaan tersebut telah memberikan kebaikan atau manfaat dalam proses penjualannya terhadap member yang melakukan transaksi jual beli yaitu mendapatkan produk berupa produk kesehatan dan mendapatkan *shopping point* atau diskon belanja. Hal ini sesuai dengan teori yang peneliti gunakan dalam mengkaji lebih dalam terkait praktik sistem jual beli dalam *viplus* ini yaitu teori *Mashlahah* yang menurut bahasa yaitu sesuatu yang mendatangkan kebaikan, menurut bahasa kata *mashlahah* berasal dari kata *salahu*, *yasluhu*, *salahan*.

صلح، يصلح، صلاح

“Sesuatu yang baik, patut dan bermanfaat.”

Berdasarkan kaidah diatas artinya secara umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam hal menarik kebaikan atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan.⁸²

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصْلِحِ

Artinya: “Mencegah kerusakan itu di dulukan dari pada membuat kebaikan”.⁸³

Selain meninjau dari segi kebaikan atau manfaat peneliti juga mengkaji lebih lanjut melalui hasil wawancara dengan subjek selaku pengguna *viplus* tersebut terkait masalah yang muncul yang dihadapi ketika menggunakan *viplus* tersebut. Subjek S menjawab bahwa selama menggunakan dan membeli produk yang ada di *viplus* tersebut tidak menemukan masalah apapun yang dapat merugikannya dalam hal materiil maupun immaterial.⁸⁴ Sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh S, AF juga mengatakan bahwa selama menggunakan

⁸² Fahrurrozi, “Analisis Mashlahah Terhadap Pandangan Masyarakat Desa dari Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo Dalam Pemiihan Jodoh Berdasarkan Hitungan Weton”, Skripsi-Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2019), h.46.

⁸³ Abdul Hamid Hakim, <http://digilib.uinsby.ac.id>, di akses 25 Oktober 2021, Pukul 19:16 WIB.

⁸⁴ Supian, *Wawancara* (Palangka Raya, 18 September 2021).

viplus ia tidak menemukan masalah atau *mudharat*.⁸⁵ Dari uraian mengenai manfaat maupun masalah yang ada di *viplus* tersebut, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam praktiknya *viplus* lebih banyak mengandung manfaat dibandingkan masalah. Hal tersebut peneliti simpulkan berdasarkan hasil observasi wawancara peneliti langsung maupun secara *online* kepada para subjek pengguna *viplus* tersebut.

c. Dilihat Dari Akad Jual Beli

Selain dari segi pemasaran, perjanjian dan *mashlahah mursalah*, peneliti juga menganalisis terkait akad jual beli yang ada di *viplus*. Dalam hal jual beli Islam telah mengatur tentang penerapan transaksinya, diantaranya:

1. Rukun Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu:

- a) Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli
- b) Objek transaksi, yaitu harga dan barang
- c) Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.⁸⁶

⁸⁵ Abdul Fatah, *Wawancara* (Palangka Raya, 19 September 2021).

⁸⁶ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2019), 102.

2. Syarat Sah Jual Beli

Adapun Syarat-syarat sahnya jual beli adalah sebagai berikut:

- a) Saling ridha, antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli harus di dasarkan pada saling ridha atau suka sama suka.⁸⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: “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 diantara kamu”. (QS.An-Nisa:29)⁸⁸

Dikaitkan dengan praktik jual beli di *viplus* yang dapat peneliti analisis berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan transaksi jual beli yang dilakukan berdasarkan saling ridha atau suka sama suka, hal tersebut dapat dilihat dengan dilakukannya transaksi jual beli yang tidak terdapat adanya pernyataan ketidakridhaan pembeli dari subjek S dan P.

- b) Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad adalah orang yang *baligh*, berakal dan mengerti.

⁸⁷ Ibid., 104.

⁸⁸ an-Nisa, 4:29.

- c) Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak.
- d) Objek yang dijadikan transaksi jual beli adalah barang yang dibolehkan oleh agama.
- e) Objek transaksi jual beli adalah barang yang biasa diserahterimakan.
- f) Objek transaksi jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad.
- g) Harga harus jelas saat transaksi.⁸⁹

Berdasarkan uraian terkait syarat sah jual beli diatas, jika dikaitkan pada praktik jual beli dengan sistem *Multi Level Marketing* (mlm) yang ada di *viplus* sudah memenuhi syarat sah jual beli, yaitu dengan adanya kesukarelaan atau suka sama suka antara kedua belah pihak, para pihak yang bertransaksi di *viplus* sudah *baligh*, berakal dan mengerti, serta produk yang dijadikan objek jual beli adalah milik penjual, barang yang diperjual belikan diperbolehkan oleh agama, produk yang diperjualbelikan dapat diserahterimakan, harga penjualan produk sudah jelas tertera dilaman penjualan.

Dengan demikian, dapat penulis simpulkan bahwa praktik jual beli yang ada di *viplus* sudah sesuai dengan rukun dan

⁸⁹ Ibid., 104.

syarat-syarat sah jual beli. Sehingga untuk hukum jual beli dalam penjualan produk dalam *viplus* sah berdasarkan analisis pada rukun dan syarat sah jual beli dengan praktik yang ada dalam *viplus*.

d. Dilihat Dari Akad Ju'alah

Adapun rukun dan syarat-syarat ju'alah antara lain:

1. Rukun Ju'alah

a. *Sighat* (kalimat hendaknya mengandung arti memberi izin kepada yang akan bekerja), dalam praktiknya di *viplus* *sighat* untuk pemberian upah atau bonus tidak diucapkan secara lisan, namun berdasarkan tertulis yaitu melalui *marketing plan*.

b. *Ja'il* (orang yang menjanjikan upah, boleh bukan orang yang kehilangan), dalam *viplus* orang yang menjanjikan keuntungan adalah pihak perusahaan *viplus* kepada member atau anggotanya.

c. Pekerjaan mencari barang yang hilang. Pekerjaan atau usaha yang dilakukan dalam *viplus* ini yakni membeli produk yang mana dari membeli tersebut member akan memperoleh *purchase point* (pp), dan pada member *viplus* yang sebelumnya menjadi anggota *vtube* ia melakukan usaha dengan menonton iklan yang akan menjadi *view point* (vp). Yang mana dari kedua usaha tersebut baik *purchase point* (pp) maupun *view point* (VP) dapat di jadikan menjadi *shopping point* atau potongan harga ketika melakukan pembelian di *viplus*.

d. Upah/hadiah, dalam *viplus* upah atau hadiah tersebut diperoleh para member berupa *purchase point* (PP) yang diperoleh melalui proses membeli produk yang di akumulasikan maupun melalui proses mutasi data dari *vtube* yang sebelumnya memperoleh *view point* (VP) menjadi *shopping point* (SP) yang dapat di gunakan sebagai potongan harga ketika berbelanja atau *discount*. Berdasarkan hasil wawancara dengan S penulis dapat ketahui bahwa perolehan level bintangnya berada pada 14% , hal tersebut dapat dilihat dari potongan *shopping point* (SP), sedangkan P berada pada level bintang 12%.

2. Syarat Ju'alah

a. Orang yang menjanjikan upah atau hadiah harus orang yang cakap untuk melakukan tindakan hukum, yaitu baligh, berakal, dan cerdas. Pada praktiknya para member atau anggota *viplus* sudah cakap hukum hal tersebut berdasarkan pada identitas subjek.

b. Upah atau hadiah yang dijanjikan harus terdiri dari sesuatu yang bernilai harta dan jelas jumlahnya. Jumlah bonus pada *viplus* sudah jelas tertera jumlahnya dalam *marketing plan*.

c. Pekerjaan yang diharapkan hasilnya itu harus mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum syara'. Dilihat dari segi manfaat pekerjaan dalam *viplus* tersebut yakni berbelanja produk mengandung manfaat yaitu dapat menunjang kesehatan dan memperoleh

shopping point (SP) yang dapat dijadikan sebagai potongan harga ketika berbelanja.

d. Madzhab Syafi'i dan Maliki menambahkan syarat, bahwa dalam masalah tertentu, ju'alah tidak boleh dibatasi dengan waktu tertentu, seperti mengembalikan (menemukan) orang yang hilang. Sedangkan madzhab Hambali membolehkan pembatasan waktu.

e. Madzhab Hambali menambahkan syarat, bahwa pekerjaan yang diharapkan hasilnya itu, tidak terlalu berat, meskipun dapat dilakukan berulang kali seperti mengembalikan binatang ternak yang lepas dalam jumlah yang banyak.

f. Akad ju'alah bersifat suka rela. Ditinjau dari hasil wawancara dengan para subjek bahwa mereka suka rela terkait bonus yang ada dalam *marketing plan* hal tersebut terungkap ketika penulis bertanya pada saat wawancara apakah ada masalah ketika selama penggunaan *viplus* dan para subjek menjawab tidak ada.⁹⁰

Dari uraian diatas, dapat dilihat bahwa penulis menganalisis proses tahapan pemberian bonus ataupun upah kepada para member *viplus* berdasarkan pada akad ju'alah. Dalam akad ju'alah tersebut penulis mengkaji dan menganalisis dari segi rukun dan syarat ju'alah. Dan dapat

⁹⁰ Maria Robetson, *Ju'alah* <https://www.ma.blogspot.com>, diakses Senin 8 November 2021 Pukul 14:14 WIB.

disimpulkan bahwa praktik ju'alah dalam *viplus* sudah terpenuhi dari segi rukun dan syarat ju'alahnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

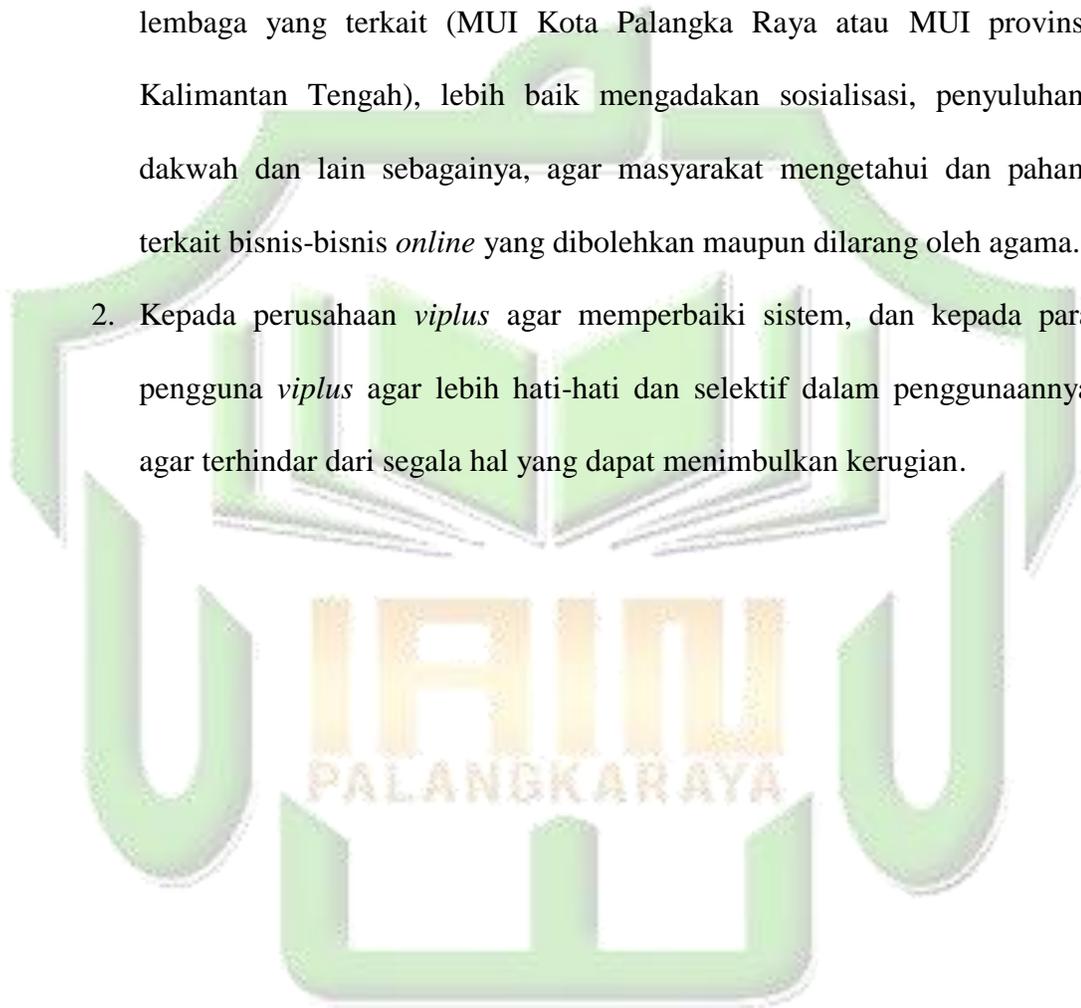
Berdasarkan hasil uraian penelitian diatas, sebagai akhir dari penelitian ini, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik sistem *shopping point* dalam penjualan produk dalam *viplus*, yang mana *shopping point* yang digunakan oleh member melalui dua cara, yang pertama melalui proses mutasi data sebelumnya dari *vtube* yang mana ia memperoleh *shopping point* melalui usaha yang dilakukan sebelumnya di *vtube*. Kedua, *shopping point*, tersebut diperoleh melalui proses pembelian produk yang dilakukan member *viplus* yang memperoleh *purchase point* (PP) yang di akumulasikan menjadi *shopping point* yang dapat di gunakan untuk potongan belanja atau *discount*.
2. Dalam tinjauan hukum ekonomi syariah praktik sistem jual beli produk yang menggunakan *shopping point* tersebut sudah memenuhi rukun dan syarat akad jual beli dan akad ju'alah serta ketentuan fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 akan tetapi masih belum intensif dalam mengawasi serta membina member yang direkrut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang peneliti berikan yaitu:

1. Kepada para lembaga terkait yakni pemerhati hukum yang ada di masyarakat di kawasan sekitar yakni Ulama di Kota Palangka Raya dan lembaga yang terkait (MUI Kota Palangka Raya atau MUI provinsi Kalimantan Tengah), lebih baik mengadakan sosialisasi, penyuluhan, dakwah dan lain sebagainya, agar masyarakat mengetahui dan paham terkait bisnis-bisnis *online* yang dibolehkan maupun dilarang oleh agama.
2. Kepada perusahaan *viplus* agar memperbaiki sistem, dan kepada para pengguna *viplus* agar lebih hati-hati dan selektif dalam penggunaannya agar terhindar dari segala hal yang dapat menimbulkan kerugian.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Yatimin. *Studi Islam Kontemporer*, Jakarta: Cet.1 Amanah, 2006.
- Anggito, Albi. *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: Cv Jejak, 2018.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.
- Aryani Safitry, Esty. *Asesmen Teknik Tes dan Non Tes*, Purwokerto: Cv IRDH, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- A.Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih* Jakarta: Kencana, 2017.
- Basri, Rusdaya. *Ushul Fiqh I* t.t.p: IAIN pare-pare Press, t.th.
- Boni, Supriadi Yusuf. *Apa Salah MLM? Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017.
- Dedi Iswanto, *Butuh Pendekatan Sosio Legal Untuk Pahami Hukum Secara Holistik*, <https://www.unila.ac.id>, diakses 16 Oktober 2021, Pukul 13:26 WIB.
- Effendi, Syamsul. *Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (t.t: t.p).
- Fahrurrozi, “*Analisis Mashlahah Terhadap Pandangan Masyarakat Desa dari Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo Dalam Pemilihan Jodoh Berdasarkan Hitungan Weton*”, Skripsi-Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2019.
- Ghofur, Abdul Anshori. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018.

- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Ihromi, *Antropologi Budaya* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Jauhari, Sofyan. *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisis MLM SYariah*, Jakarta: Mujaddidi Press, 2013.
- Matlisda Anwika, Yuka. *Peran Pelatihan Keterampilan Bermusik Dalam Meningkatkan Motivasi dan Kemandirian Musisi Jalanan*, Bandung: Perpustakaan Upi Edu, 2013.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2019.
- Meleong, Lexy j. *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Cet. Ke-34, 2015.
- Misran, “*Al-Mashlahah Mursalah* (Suatu Metodologi Alternatif dalam Menyelesaikan Persoalan Hukum Kontemporer).
- Mubarok, Husni. “Analisis Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Pespektif Ekonomi Islam”, Skripsi-Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang 2019.
- Rahman, Abdul. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Riadi, Muchlisin. “Mudharabah (Pengertian, Hukum, Rukun, Syarat, Jenis, dan Ketentuan Pembiayaan”, dalam <https://kajianpustaka.com/2020/10/mudharabah.html> 06 Oktober 2020.

- Riflase, Dita Nur. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bisnis Multi Level Marketing Paytren PT Veritra Sentosa Internasional", Skripsi-Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.
- Sarwat, Ahmad. *Fiqh Jual Beli* Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018.
- Swastha Dharmmesta, Basu. *Strategi Penetapan Harga*, Modul 7.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Guepedia, 2015.
- Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, Bogor: IPB Press, 2018.
- Tim Penulis, *Sejarah Kota Palangka Raya*, Palangka Raya: BAPPEDA, 2003.
- Umar, Husen. *Strategi Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Utsman, Sabian. *Dasar-dasar Sosiologi Hukum: Makna Dialog Hukum dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet Ke-III, 2016.
- Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologis Jaffary, 2018.
- Yudha, Agus Hernoko. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Zakiyah, Rizka. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis Advertising Pada Google Adsense Di Youtube", Skripsi-Universitas Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019.
- Zeid, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.