

Lembaga Bisnis Syariah Berkelanjutan:

Kajian Mendalam Multi Level Marketing Syariah

Buku ini akan mengupas jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan menghadirkan berbagai informasi dan analisis yang komprehensif. Dimulai dengan sejarah dan perkembangan MLM Syariah di Indonesia, buku ini akan mengantarkan pembaca pada pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya.

Seanjutnya, buku ini akan membahas berbagai model bisnis MLM Syariah yang telah diterapkan di berbagai negara, serta menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keberlangsungannya. Tak hanya itu, studi kasus dan contoh nyata MLM Syariah yang sukses di berbagai negara juga akan disajikan untuk memperkaya wawasan dan inspirasi.

Sebagai penutup, buku ini akan memberikan rekomendasi dan strategi untuk mengembangkan MLM Syariah di Indonesia. Harapannya, buku ini dapat menjadi panduan bagi para akademisi, praktisi bisnis, dan masyarakat luas yang ingin memahami dan terlibat dalam pengembangan MLM Syariah yang berkelanjutan dan terpercaya.

Lembaga Bisnis Syariah Berkelanjutan:

Kajian Mendalam Multi Level Marketing Syariah

Lembaga Bisnis Syariah Berkelanjutan:
Kajian Mendalam Multi Level Marketing Syariah

Dr. Tri Hidayati, SHI., MH.

Dr. Tri Hidayati, SHI., MH.



**LEMBAGA BISNIS SYARIAH
BERKELANJUTAN:
KAJIAN MENDALAM MULTI LEVEL MARKETING
SYARIAH**

Dr. Tri Hidayati, SHI., MH.



PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA

**LEMBAGA BISNIS SYARIAH
BERKELANJUTAN:
KAJIAN MENDALAM MULTI LEVEL MARKETING
SYARIAH**

Penulis:

Dr. Tri Hidayati, SHI., MH.

ISBN: 978-623-167-629-0

Editor:

Dr. H. Anwar Hafidzi, LC.,MA.Hk

Design Cover:

Yanu Fariska Dewi

Layout:

Fadila Elma Ramadhani

PT. Pena Persada Kerta Utama

Redaksi:

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah.

Email: penerbit.penapersada@gmail.com

Website: penapersada.id. Phone: (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved

Cetakan pertama: 2024

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang
memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara apapun tanpa
izin penerbit

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan penuh rasa syukur, kami persembahkan buku berjudul "Menuju Model Bisnis yang Berkelanjutan: Menelaah Multi Level Marketing Syariah di Indonesia" kepada para pembaca yang budiman.

Buku ini hadir sebagai respon atas keresahan dan kebutuhan masyarakat akan model bisnis yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan. Di tengah kontroversi yang mewarnai praktik MLM konvensional, MLM Syariah menawarkan harapan baru dengan mengedepankan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan moralitas dan keberlangsungan.

Buku ini mengantarkan pembaca pada pemahaman mendalam tentang MLM Syariah, mulai dari sejarah dan perkembangannya di Indonesia, prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya, hingga berbagai model bisnis yang telah diterapkan di berbagai negara. Tak hanya itu, buku ini juga membahas faktor-faktor yang mendukung dan menghambat keberlangsungan MLM Syariah, serta menghadirkan studi kasus dan contoh nyata MLM Syariah yang sukses di berbagai negara.

Sebagai penutup, buku ini memberikan rekomendasi dan strategi untuk mengembangkan MLM Syariah di Indonesia. Harapannya, buku ini dapat menjadi panduan bagi para akademisi, praktisi bisnis, dan masyarakat luas yang ingin memahami dan terlibat dalam pengembangan MLM Syariah yang berkelanjutan dan terpercaya.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat kami harapkan untuk penyempurnaan buku ini di masa depan.

Akhir kata, kami berharap buku ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang ingin membangun ekosistem MLM Syariah yang adil, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
BAB 2 REGULASI PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG DI INDONESIA	8
A. Mengenal Istilah MLM dan PLB.....	8
B. Sistem Hukum Perdagangan	10
C. Sejarah Pembentukan Hukum PLB di Indonesia	35
D. Sistem Perizinan dan Pengawasan PLB.....	46
BAB 3 KELEMBAGAAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH DALAM PERKEMBANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA	64
A. Nilai Dasar dalam Ekonomi Syariah.....	64
B. Istilah dan Ruang Lingkup Ekonomi Syariah	67
C. Positivisasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia	70
D. Konsep Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.....	76
E. PLBS dalam Sistem Ekonomi Syariah di Indonesia	87
BAB 4 SERTIFIKASI SYARIAH DAN PENGAWASAN TERHADAP PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH.....	89
A. Pengertian Sertifikasi Syariah dan Pengawasan Kepatuhan Syariah	89
B. Landasan Normatif Penyelenggaraan Sertifikasi dan Pengawasan PLBS.....	92
C. Kewenangan Sertifikasi dan pengawasan PLBS melalui DSN-MUI	93
BAB 5 MENYOAL KEPASTIAN HUKUM LEMBAGA BISNIS PLBS DALAM HUKUM PERDAGANGAN DI INDONESIA	101
A. Kekosongan Norma Kelembagaan PLBS dalam Hukum Perdagangan.....	101
B. Aspek Ketidakpastian Hukum Kelembagaan PLBS dalam Hukum Perdagangan Nasional	113

KESIMPULAN.....	117
SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN.....	118
DAFTAR PUSTAKA	120

**LEMBAGA BISNIS SYARIAH
BERKELANJUTAN:
KAJIAN MENDALAM MULTI LEVEL MARKETING
SYARIAH**

BAB 1

PENDAHULUAN

Metode penjualan secara langsung atau *direct selling* adalah salah satu alternatif dalam pemasaran barang dan jasa yang menarik bagi sebagian pelaku usaha karena memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan sistem penjualan tidak langsung (*indirect selling*). Dengan sistem penjualan langsung, perusahaan dapat menjual produk barang ataupun jasa langsung kepada pengguna akhir (*end user*) atau konsumen tanpa melalui agen¹ ataupun *franchisee*². Model pemasaran *direct selling* ini memiliki dua model yaitu *Single Level Marketing* (SLM) dan *Multilevel Marketing* (MLM). Model MLM atau penjualan langsung berjenjang (PLB) memiliki *entry barrier* yang rendah dalam manajemen bisnisnya sehingga membuat banyak orang bisa terlibat untuk mengembangkan bisnis ini secara lebih mudah jika dibandingkan dengan bidang usaha lainnya.³ Kelebihannya adalah, bagi member: 1) produk terjual langsung (*direct selling*) kepada konsumen tanpa iklan yang mahal, 2) modal yang terjangkau bagi siapa saja yang bergabung menjadi anggota (member), dan 3) member dapat mengelola jam kerja secara bebas tak terikat waktu dengan penghasilan yang menjanjikan. Bagi perusahaan, metode penjualan langsung menjadi keunggulan dalam rangka menghemat berbagai biaya tetap sehingga mengurangi resiko perusahaan. Banyak faktor yang menyebabkan masyarakat memilih PLB sebagai bisnis baik terhadap manajemennya ataupun terhadap produk dalam PLB tersebut, diantaranya: Modal yang kecil, waktu yang fleksibel, tidak membutuhkan pengalaman, dan dapat menentukan penghasilan sesuai dengan kinerjanya. Faktor lainnya yakni adanya atribut produk

¹ Pada umumnya penjualan produk dilakukan secara tidak langsung melalui sistem agen dengan mekanisme perusahaan menjual melalui pemasar atau *sole agent*, lalu didistribusikan melalui agen (perantara pemasar), dan terakhir dijual kepada konsumen.

² *Franchisee* adalah pihak yang diberi hak istimewa untuk menjual produk perusahaan induk (*franchisor*) dalam sistem *franchise*.

³ Peter J. Clothier, *Multi-Level Marketing: A Practical Guide to Successful Network Selling* (London: Kogan Page, 1992).

islami (halal), promosi yang baik, dan tawaran penghasilan yang menjanjikan, dan ada pula yang dipengaruhi adanya figur ulama dalam PLBS sebagai faktor utamanya.⁴

Perkembangan bisnis *direct selling* di Indonesia cukup banyak.⁵ Pada triwulan pertama tahun 2021 terdapat 171 perusahaan penjualan langsung yang terdaftar sebagai anggota Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI) dan sebanyak 103 perusahaan yang menjadi anggota Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (API), baik yang konvensional maupun syariah.⁶ Legalitas perusahaan penjualan langsung yang terdaftar dalam AP2LI dan API dibuktikan dengan adanya Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan. Data ini menggambarkan bahwa animo masyarakat dalam menggunakan *direct selling*, khususnya MLM cukup tinggi, baik dari para pelaku usaha maupun masyarakat selaku anggota/member melalui perusahaan yang statusnya legal.

Bisnis berpola MLM memerlukan perhatian yang seksama, sebab di satu sisi masih ada anggapan bahwa MLM mendorong lahirnya skema piramida atau skema ponzi⁷ yang terlarang karena

⁴ Zahirotul Luailiyah, "Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah pada PT. Veritra Sentosa Internasional (Studi Kasus Pada Member MLM PT. Veritra Sentosa Internasional)," <http://digilib.uin-suka.ac.id/>, 2018.

⁵ Sistem penjualan langsung telah mulai dikembangkan di Indonesia pada tahun 1973 dan perusahaan dengan sistem penjualan langsung berjenjang atau MLM di Indonesia sendiri pertama lahir pada tahun 1986 yakni PT. Nusantara Sun Chlorella Tama dari Jepang yang didirikan di Bandung yang dirubah namanya menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang, yang biasa disebut CNI. "Company Profile," accessed April 14, 2021, <https://www.cni.co.id/index.php/corporate-info/company-profile>.

⁶ API berdiri secara sah pada tanggal 24 Juli 1984 sebagai bagian dari Federasi Penjualan Langsung Internasional (WFDSA), <https://apli.id/>; AP2LI adalah asosiasi tempat berhimpunnya perusahaan yang bergerak di bidang industri penjualan langsung di Indonesia yang dibentuk pada tanggal 19 Maret 2014 "Verify | Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia | Indonesia," AP2LI, April 14, 2021, <https://www.ap2li.com/copy-of-verifikasi>.

⁷ Istilah "Skema Ponzi" muncul setelah adanya penipuan oleh seorang bernama Charles Ponzi pada tahun 1920. Namun penipuan investasi semacam ini dapat ditelusuri kembali ke pertengahan hingga akhir 1800-an, dan didalangi oleh Adele Spitzeder di Jerman dan Sarah Howe di Amerika Serikat. Sebenarnya, metode dari apa yang kemudian dikenal sebagai Skema Ponzi dijelaskan dalam dua novel terpisah yang ditulis oleh Charles Dickens, Martin Chuzzlewit, diterbitkan pada tahun 1844 dan Little Dorrit pada tahun 1857. Skema Ponzi adalah penipuan investasi yang menjanjikan tingkat pengembalian tinggi dengan sedikit risiko bagi investor investor sebelumnya

mempraktikkan *money game*⁸ yang berujung pada penipuan yang merugikan masyarakat dan negara. Banyak perusahaan penjualan langsung atau yang berkedok MLM ilegal yang terus tumbuh berkembang dengan mudahnya, yang menggiurkan masyarakat karena menjanjikan keuntungan yang besar, mudah dan cepat, diantaranya dengan tameng investasi melalui media internet. Hampir setiap tahun OJK menemukan dan menutup situs-situs yang menjajakan bisnis investasi bodong (ilegal), sebagiannya berkamuflase melalui penjualan produk. Berdasarkan laporan Satgas Waspada Investasi (SWI) bahwa sejak tahun 2018 sampai dengan Januari 2021 Satgas sudah menutup sebanyak 3.056 *financial technologi* (fintech) *lending* ilegal⁹ dan pada bulan Januari 2021 tercatat 2 perusahaan MLM dari 14 entitas investasi yang dinyatakan ilegal dan ditutup oleh Satgas, yaitu PT. Triples Sukses Sejahtera dan PT. Gazzpoll Maju Truz.¹⁰ Beberapa kasus besar penipuan berkedok MLM berskema Ponzi yang telah diperkarakan baik secara pidana maupun perdata, diantaranya PT. Qurnia Subur Alam Raya (QSAR) yang menjalankan

dengan uang yang diambil dari investor selanjutnya. Ini mirip dengan skema piramida di mana keduanya didasarkan pada penggunaan dana investor baru untuk membayar investor sebelumnya. Secara psikologis, optimisme (bias emosional) terbukti memengaruhi orang berinvestasi dalam skema ponzi dan skema piramida. Taofik Hidajat et al., "Why Are People Trapped in Ponzi and Pyramid Schemes?," *Journal of Financial Crime* 28, no. 1 (August 24, 2020): 187–203, <https://doi.org/10.1108/JFC-05-2020-0093>.

⁸ Menurut ketentuan umum Fatwa PLBS, money game ialah usaha menggalang dana dari masyarakat ataupun melipatgandakan uang melalui perekutan mitra usaha atau anggota baru dengan janji pemberian komisi dan bonus. Kadang kala ada produk yang dijual namun tidak berkualitas atau kualitasnya tidak sebanding dengan harganya (tidak dapat dipertanggungjawabkan), hanya digunakan sebagai sarana kamuflase dari money game tersebut.

⁹ Hingga Juli 2021 jumlahnya kembali bertambah menjadi 3.365 fintech lending ilegal. Grahanusa Mediatama, "Satgas Waspada Investasi tutup 172 pinjaman online ilegal pada Juli 2021," kontan.co.id, July 14, 2021, <https://keuangan.kontan.co.id/news/satgas-waspada-investasi-tutup-172-pinjaman-online-ilegal-pada-juli-2021>.

¹⁰ "Siaran Pers: Awal Tahun Satgas Waspada Investasi Minta Masyarakat Waspadai Fintech dan Investasi Ilegal. Temukan 133 Fintech Peer-To-Peer Lending Dan 14 Entitas Penawaran Investasi Tanpa Izin," accessed August 18, 2021, <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Awal-Tahun-Satgas-Waspada-Investasi-Minta-Masyarakat-Waspadai-Fintech-dan-Investasi-Ilegal.aspx>.

investasi agribisnis dengan cara menggelapkan dana nasabahnya,¹¹ PT. First Travel Anugerah Karya Wisata dalam bisnis travel umrah dan haji,¹² dan Koperasi Pandawa Grup berkedok investasi.¹³

Fenomena kasus MLM ilegal cukup meresahkan masyarakat, terlebih bagi pelaku usaha kasus-kasus tersebut menimbulkan asumsi negatif terhadap semua perusahaan MLM, termasuk yang sudah memiliki izin usaha. Pada umumnya MLM ilegal mengandung unsur *money game* yang berorientasi pada *pasif income*, dan jejaringnya menggunakan skema piramida atau ponzi yang ujung-ujungnya melakukan penipuan.¹⁴ Untuk itu perlu penanganan yang serius dari pemerintah, khususnya Kementerian Perdagangan yang perlu didukung dengan ketersediaan regulasi yang responsif terhadap perkembangan bisnis penjualan langsung berjenjang di Indonesia.

Secara regulatif dalam hukum nasional, praktik MLM ini telah diakomodir sebagai salah salah bentuk aktifitas perdagangan yang diperbolehkan. Payung hukumnya yaitu Pasal 7 ayat (3) huruf a UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (berikutnya disingkat UU Perdagangan), dan secara teknis pengaturannya dituangkan dalam regulasi Kementerian Perdagangan. Sementara itu dalam kajian fikih muamalah kontemporer,¹⁵ perkembangan bisnis MLM ini masih

¹¹ admin, "Kasus PT QSAR Disidangkan | Penipuan Keuangan," accessed August 9, 2021, <https://uangpedia.com/penipuankeuangan/kasus-pt-qsar-disidangkan/>.

¹² "Putusan Kasasi First Travel, Antara Hak Korban dan Rampasan Negara," accessed August 17, 2021, <https://nasional.kompas.com/read/2019/11/19/09010011/putusan-kasasi-first-travel-antara-hak-korban-dan-rampasan-negara>.

¹³ "Begini Modus Nuryanto dalam Penipuan Investasi Pandawa Group," accessed August 17, 2021, <https://news.detik.com/berita/d-3428257/begini-modus-nuryanto-dalam-penipuan-investasi-pandawa-group>.

¹⁴ Menurut Boni, istilah MLM seringkali diidentikan dengan *money game* sehingga terjadi kerancuan. Dalam *money Game* tidak ada produk berupa barang ataupun jasa sehingga termasuk perjudian murni, dan selalu menggunakan skema ponzi atau sistem piramida yang telah dilarang di beberapa Negara karena dianggap kriminalitas ekonomi, khususnya di Amerika Serikat yang telah memiliki Undang-Undang *Pyramid Crime*. Supriadi Yosuf Boni, *Apa Salah MLM?*, vol. Cetakan I (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017), 228-29.

¹⁵ Fazlur Rahman menggagas perlunya rekonstruksi intelektualisme Islam dan menawarkan beberapa konsep dasar. Pertama, umat Islam harus mampu membedakan antara Islam normatif dan Islam historis. Kedua, perlunya rekonstruksi ilmu-ilmu Islam yang meliputi teologi, hukum, etika, filsafat dan ilmu-ilmu sosial. Fazlur Rahman, *Islam & Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition* (Chicago & London: The University of Chicago Press, 1984), 145-162; adat kebiasaan yang berlaku di masyarakat menjadi

menyisakan kontroversi. Fokus masalahnya terkait dugaan masih adanya eksploitasi, penyaliman, penipuan, *mark up* harga yang berlebihan, *passive income* dari komisi dan bonus, janji *income* yang tinggi, *money game*, dan kurang bahkan tanpa pembinaan dan pengawasan dari *upline* ke *downline* dalam bisnis MLM, sehingga perlu kepastian apakah bisnis MLM atau PLB tersebut sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Secara metodologis, para fuqaha sepakat bahwa pada dasarnya semua aktifitas manusia yang bersifat muamalah adalah mubah/boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya, sesuai kaidah fikih:

الأَصْلُ فِي الْمَعَالَاتِ الْإِبَاحَةِ إِنَّ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Terdapat tiga pandangan yang mengemuka terhadap hukum bisnis penjualan langsung berjenjang: Ada yang mengharamkan, ada yang menghalalkan dengan syarat sesuai prinsip-prinsip Islam, ada pula menghukumkan *syubhat* (antara halal dan haram).¹⁶ Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN MUI) mengambil sikap netral dengan menetapkan 12 *guidance* bagi pelaku usaha penjualan langsung berjenjang untuk mendapatkan status halal, yang tertuang dalam Fatwa Nomor 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (selanjutnya disingkat Fatwa PLBS). Fatwa ini menyatakan bahwa bisnis PLB diperbolehkan selama tidak mempraktikkan *money game* dan dalam sistem manajemen pemasaran, produk, dan transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur-unsur haram, *gharar*, *dharar*, *riba*, *maysir*, *zhulm*, *maksiat*, dan *ighra'*. Untuk memastikan tidak adanya unsur-unsur terlarang tersebut, DSN MUI bertugas melakukan audit terhadap perusahaan

salah satu temuan metodologis hukum Islam. Ahmed Fekry Ibrahim, "Customary Practices as Exigencies in Islamic Law: Between a Source of Law and a Legal Maxim," *Oriens* 46, no. 1–2 (May 30, 2018): 222–261, <https://doi.org/10.1163/18778372-04601007>.

¹⁶ Ahmad Mardalis and Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam," *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (March 5, 2016): 19–37, <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2693>. Pendapat yang mengharamkan bisnis MLM diklaim oleh Erwandi Tarmizi sebagai pendapat mayoritas ulama kontemporer ditambah dengan Fatwa Dewan Ulama Kerajaan Arab Saudi, Keputusan Lembaga Fiqih Islam di Sudan dan Fatwa Pusat Kajian dan Penelitian Imam Al-Albani di Yordania. Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Cetakan ke-23 (Bogor: BMI Publishing, 2020), 365–371.

PLB untuk selanjutnya menerbitkan sertifikat PLBS jika telah memenuhi ketentuan Fatwa PLBS.

Hingga awal tahun 2021 tercatat hanya ada 10 perusahaan PLBS yang telah mengantongi sertifikat Syariah DSN MUI. Jumlahnya masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan total perusahaan PLB konvensional yang terdaftar sebagai anggota anggota asosiasi penjualan langsung di Indonesia. Salah satu penyebabnya adalah belum ada regulasi khusus yang mendukung operasional bisnis PLBS sehingga sertifikasi syariah hanya bersifat sukarela (*voluntary*) dari pelaku usaha.¹⁷

Sejauh ini keberadaan PLBS di Indonesia hanya dilegitimasi oleh DSN MUI atas permohonan sertifikasi oleh perusahaan PLB berlandaskan fatwa PLBS dan Pasal 109 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU Perseroan Terbatas), namun belum diakomodir dalam UU Perdagangan dan peraturan pelaksananya. Persoalannya adalah fatwa DSN MUI hanyalah merupakan pendapat hukum (*legal opinion*) yang tidak bersifat mengikat bagi semua warga negara. Fatwa DSN MUI tidak termasuk dalam jenis dan hirarki perundang-undangan yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah menjadi UU Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011. Adapun Pasal 109 UU Perseroan Terbatas memang mengatur kedudukan DPS dalam perseroan yang menjalankan prinsip syariah, termasuk perseroan PLBS, namun belum jelas bagaimana mekanismenya antara perseroan yang baru berdiri atau ketika perseroan bertransformasi menjadi perseroan berprinsip syariah. Sementara perseroan PLBS yang ada sejauh ini masih terdaftar sebagai perseroan konvensional di Kementerian Perdagangan, sehingga status kelembagaan perseroan PLBS menjadi tidak jelas sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam sistem hukum perdagangan nasional.

Adanya ketidakpastian hukum PLBS dalam hukum nasional dapat mengakibatkan industri berbasis PLBS yang telah pengakuan

¹⁷ Wawancara dengan Dr. Moch. Bukhori Muslim, Lc., MA. (Ketua Bidang Industri, Bisnis dan Ekonomi Syariah DSN MUI), WhatsApp, April 12, 2021.

Syariah dari DSN MUI masih rawan dari semua hal yang tidak diperbolehkan dalam fatwa PLBS tersebut.¹⁸ Selain itu, ada fenomena memprihatinkan bahwa konsumen yang ingin menjadi member pun tidak terlalu memperhatikan tentang keabsahan status kehalalan suatu produk tempatnya bekerja, meskipun bersertifikat syariah.¹⁹ Fakta-fakta ini menggambarkan masih lemahnya kepatuhan syariah dalam menjalankan bisnis PLBS di Indonesia. Setidaknya ada dua penyebab, *pertama*, Fatwa PLBS ini bersifat *voluntary* (sukarela) dan bukan *mandatory* (kewajiban), sehingga pengajuan sertifikasi halal tergantung pada keinginan perusahaan PLB bersangkutan yang boleh jadi hanya untuk meyakinkan masyarakat yang terlanjur apriori terhadap bisnis PLB. *Kedua*, DSN MUI yang secara kelembagaan menugaskan Dewan Pengawas Syariah untuk melakukan pengawasan hanyalah bersifat moralitas sehingga tidak memiliki kekuatan hukum dalam memberikan sanksi hukum yang tegas dan mengikat, semisal mencabut izin usaha bagi perusahaan PLB yang telah tersertifikasi syariah yang melakukan pelanggaran kepatuhan Syariah.²⁰ Kedua hal itu boleh jadi merupakan implikasi belum adanya dukungan regulasi. Sementara pada sektor keuangan Syariah dan Filantropi Islam telah menjadi bagian dalam sistem perekonomian nasional dengan adanya kekuatan regulasinya yang tentunya tidak terlepas dan sangat tergantung pada dinamika politik hukum ekonomi Syariah yang berkembang di Indonesia.²¹

¹⁸ Dalam sistem perekrutan dan pemberikan komisi atau bonus dalam MLMS masih sarat akan *gharar* atau ketidakjelasan. Ratri Gustania, "Pemberian Sertifikasi Halal Multilevel Marketing Syariah di Indonesia," *Program Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia*, 2018, 153; Azharuddin Lathif (Pengurus DSN MUI Pusat) menyebut bahwa Perusahaan MLMS yang telah dicabut sertifikasi halalnya oleh DSN MUI karena dinilai tidak sesuai dengan ketentuan Fatwa MLMS yaitu PT. Arminareka yang bergerak dibidang jasa travel umrah/haji dan Perusahaan MLMS yang dikaji ulang DSN MUI karena ada ketidaksesuaian prinsip syariah dalam sistem marketingnya dan sedang proses perpanjangan legalitas halalnya yaitu PT. Veritra Sentosa Internasional (Paytren) "Bedah Bisnis MLM - YouTube," accessed April 18, 2021, <https://www.youtube.com/>.

¹⁹ Izmi Kurnia Putri, "Pertimbangan Konsumen Menjadi Member Pada Produk MLM Non Labelisasi Halal Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus pada K-Link di Banda Aceh)", Skripsi, 2017. <https://repository.ar-raniry.ac.id>

²⁰ "Verify | Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia | Indonesia."

²¹ Ahmad Hasan, *Sejarah Legislasi Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Cetakan I (Yogyakarta: LKiS, 2017), 57-76.

BAB 2

REGULASI PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG DI INDONESIA

A. Mengenal Istilah MLM dan PLB

Pemasaran atau distribusi suatu produk barang atau jasa kepada konsumen dalam sistem perdagangan di Indonesia mengenal dua model yaitu penjualan secara langsung (direct selling) dan tidak langsung (indirect selling) (Pasal 1 angka 11 UU Perdagangan).

Direct Selling Asociation mendefinisikan direct selling adalah “The selling of consumer goods direct to private individuals, in their homes and places of work, through transactions initiated and concluded by the salesperson” (Penjualan barang-barang konsumsi langsung ke perorangan, di rumah dan tempat kerja mereka, melalui transaksi yang dimulai dan diakhiri oleh penjual). Adapun menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Permendag 70/2019 dan Pasal 1 angka 22 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perdagangan (selanjutnya disingkat PP 29/2021), penjualan secara langsung (direct selling) merupakan sistem penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh penjual langsung yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran. Sebaliknya, penjualan tidak langsung (indirect selling) dilakukan dengan menggunakan rantai distribusi seperti distributor, agen atau waralaba yang umum berlaku hingga sampai ke lokasi eceran. Lokasi eceran dimaksud biasanya menggunakan media berupa toko, warung, ataupun store baik konvensional maupun berbasis internet seperti market place. Untuk membedakan antara penjualan langsung dan tidak langsung, dalam sistem perdagangan di Indonesia diatur larangan bagi penjual langsung menjual produk dagangannya melalui saluran distribusi tidak langsung tersebut dan atau melalui online market place (Pasal 48 huruf l PP 29/2021 juncto Pasal 21 huruf h Permendag 70/2019).

Sistem yang digunakan dalam penjualan langsung (direct selling) di tingkat internasional termasuk Indonesia mengenal tiga model yang telah berjalan sangat lama, yaitu sistem konvensional atau Single Level Marketing (termasuk party plan), sistem Limited Level dan sistem Multi Level atau Multilevel Marketing. Sementara dalam UU Perdagangan membagi dua jenis penjualan langsung, yaitu single level dan multilevel (Pasal 1 angka 11 UU Perdagangan).

Penjualan langsung berjenjang (PLB) lebih dikenal di masyarakat atau pelaku usaha dengan sebutan multilevel marketing (MLM), yang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan single level. Single level marketing biasanya dilakukan penjual secara satu per satu kepada konsumen melalui presentasi dari pintu ke pintu atau secara langsung, pertemuan online, dan katalog. Sementara MLM merupakan bentuk jaringan yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan/konsumen sekaligus sebagai tenaga kerja (mitra) perusahaan. Semakin banyak anggota yang bergabung dan membentuk jaringan kerja (network), maka semakin luas pula jangkauan wilayah pemasarannya sehingga disebut pula sebagai network marketing. Namun dan Keputusan menyebut MLM merupakan bagian dan bentuk spesifik dari direct selling, tetapi tidak semua direct selling adalah MLM.

Istilah Penjualan Langsung Berjenjang Syariah digunakan dalam Fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dan Fatwa Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah. Fatwa PLBS sendiri menggunakan istilah “penjualan langsung berjenjang” mengikuti regulasi Kementerian Perdagangan yang berlaku saat Fatwa PLBS ini terbentuk, sebagaimana tercantum dalam konsideran fatwa. Fatwa tersebut diantaranya yaitu, 1) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Berjenjang; dan 2) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 289/MPP/Kep/10/2001

tentang Ketentuan Standar Pemberian Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) BAB VIII Pasal 22 tentang Izin Usaha Penjualan Berjenjang.

Dalam ketentuan umum Fatwa PLBS mendefinisikan Penjualan Langsung Berjenjang adalah "cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut." Penambahan kata "Syariah" untuk menegaskan adanya perbedaan antara PLB konvensional dan PLBS. Dalam PLBS harus memenuhi 12 syarat dalam ketentuan hukum Fatwa PLBS tersebut, yaitu PLB yang tidak mempraktikkan money game, dan dalam sistem manajemen pemasaran, produk, maupun transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur-unsur haram, gharar, dharar, riba, maysir, zhulm, maksiat, dan ighra'. Semua persyaratan ini akan diverifikasi melalui proses sertifikasi kesesuaian Syariah oleh DSN MUI.

Berdasarkan penjelasan di atas, PLBS atau MLM Syariah yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu model pemasaran atau distribusi barang kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara agen, distributor, dan market tertentu, dengan menggunakan jaringan bertingkat melalui perekutan anggota. Pemberian komisi dan/atau bonus atas hasil penjualan barang kepada konsumen, bukan dari biaya partisipasi anggota yang bergabung (non skema piramida), dan keseluruhan aktifitasnya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini lebih banyak menggunakan istilah Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) menyesuaikan dengan istilah yang berlaku dalam regulasi PLB yang berlaku dan fatwa PLBS.

B. Sistem Hukum Perdagangan

1. Pengertian Perdagangan dan Hukum Perdagangan

Perdagangan merupakan kata benda yang berasal dari kata dagang. Kata dagang padanan kata dari jual beli atau niaga yang berarti pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Perdagangan bermakna perihal yang berhubungan dengan berdagang atau

perniagaan.²² Pengertian perdagangan dalam KBBI ini masih dimaknai secara sempit yang objeknya hanya berupa barang. Pada perkembangannya, objek perdagangan kini diperluas sesuai dengan kemajuan masyarakat, tidak hanya berupa barang. Dalam kamus *Black's Dictionary Law* dapat dilihat perkembangan definisi perdagangan tersebut. Kata dagang disebut dengan *commerce* atau *trade* yang sering digunakan secara bergantian. *Commerce* berarti pertukaran barang, produksi, atau properti dalam bentuk apa pun,²³ sedangkan *trade* berarti tindakan atau bisnis pertukaran komoditas dengan barter; atau bisnis jual beli uang; lalu lintas; barter.²⁴

Commerce berkaitan dengan hubungan atau transaksi dengan bangsa, negara bagian, atau komunitas politik asing, sementara *trade* menunjukkan hubungan bisnis atau lalu lintas timbal balik dalam batas-batas negara bagian atau bangsa, atau pembelian, penjualan, dan pertukaran barang antara anggota dari komunitas yang sama. Perdagangan, dalam arti yang paling sederhana, berarti pertukaran barang; tetapi dalam kemajuan masyarakat, tenaga kerja, transportasi, kecerdasan, perawatan dan berbagai alat tukar, menjadi komoditas dan masuk ke dalam perdagangan.²⁵ *Trade* adalah suatu bidang pekerjaan atau suatu bentuk pekerjaan yang disebut sebagai suatu bisnis atau sebagai mata pencaharian atau untuk keuntungan; segala sesuatu yang dilakukan sebagai sarana untuk mencari nafkah, uang, barang rampasan, dll.; perdagangan atau bisnis komersial pada umumnya, atau pembelian dan penjualan, atau pertukaran, komoditas, baik secara grosir atau eceran di dalam suatu negara atau antar negara.²⁶

²² "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed May 23, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/DAGANG>; "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed May 23, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/PERDAGANGAN>.

²³ Henry Campbell Black, *Black's Law Dictionary*, 336.

²⁴ Henry Campbell Black, 1665.

²⁵ Henry Campbell Black, 336.

²⁶ Henry Campbell Black, 1665.

Secara yuridis definisi perdagangan terdapat pada UU Perdagangan Pasal 1, yaitu tatanan kegiatan yang berhubungan dengan transaksi barang dan/ atau jasa di dalam negeri maupun luar negeri dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/ atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Sebelumnya tidak ada pengertian dagang secara yuridis, baik dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) maupun dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Yang ada hanyalah pengertian pedagang dan perbuatan dagang, sebagaimana dalam Pasal 2-5 KUHD yang kemudian Pasal-Pasal ini dihapus dengan dikeluarkannya *Staatblad* 1934-347 untuk negeri Belanda dan *Staadbld* 1938-276 untuk Hindia Belanda yang berlaku sejak 17 Juli 1938 karena dianggap terlalu sempit dan menimbulkan banyak kesulitan.

Kata pedagang diganti dengan pengusaha, dan perbuatan dagang diganti dengan “menjalankan perusahaan” dengan beberapa unsur: ada perbuatan dengan kualitas tertentu yang dilakukan; dilakukan secara terus menerus dan terang-terangan (tanpa melanggar hukum); dan bertujuan mencari keuntungan.²⁷ Dengan adanya perubahan ini maka perdagangan adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha yang berbadan hukum dan tidak berbadan hukum, yang ketentuannya dapat ditemui dalam Pasal 6, Pasal 16, dan Pasal 36 KUHD yang berlaku di Indonesia (*Wetboek van Koophandel voor Indonesie, Staatsblad* 1847:23) yang menggunakan kata perusahaan seperti halnya diatur dalam UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan.²⁸ Dengan berlakunya UU Perdagangan, definisi perdagangan diperluas dan tidak terbatas bagi pelaku usaha berbentuk perseroan saja.

²⁷ Nafi' Mubarak, *Hukum Dagang* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, tt), 5.

²⁸ UU Wajib Daftar Perusahaan telah dicabut dengan adanya UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja Pasal 116, di mana pendirian badan usaha atau perseroan diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Jenis risiko dibagi 3, yaitu kegiatan usaha berisiko rendah, berisiko menengah rendah dan menengah tinggi; dan berisiko tinggi.

Perubahan definisi perdagangan juga berimplikasi pada pemaknaan atas regulasi yang berlaku. Dalam Black's Law Dictionary dijelaskan "*Commercial law is law relating business, for examples: sales, banking, investment and insurance*"²⁹ (Hukum Perdagangan adalah hukum yang berkaitan dengan bisnis, contohnya: penjualan, perbankan, investasi dan asuransi).

Beberapa ahli hukum memberikan pengertian Hukum Dagang atau Hukum Perniagaan dengan cakupan bersifat tradisional dan sangat sempit karena hanya merujuk pada topik-topik dalam KUHD.³⁰ Di antaranya Soekardono dalam buku Erie Hariyanto menyebut hukum dagang merupakan bagian dari hukum perdata pada umumnya, khususnya buku II KUHPerdata terkait perikatan. Sehingga dia mendefinisikan hukum dagang adalah himpunan peraturan terutama dalam kodifikasi KUHD dan KUHPerdata yang mengatur seseorang dan orang lain dalam perusahaan. Hukum dagang dirumuskannya pula sebagai serangkaian kaidah yang mengatur tentang dunia usaha atau bisnis dan dalam lalu lintas perdagangan. Pendapat ini senada dengan Purwosutjipto yang menjelaskan hukum dagang adalah hukum perikatan yang muncul khusus dari lapangan perusahaan.³¹ CST. Kansil dalam buku Qustulani juga mengidentikkan hukum dagang dengan hukum perusahaan, yang mengatur tingkah laku manusia yang turut melakukan perdagangan dalam usahanya mendapatkan keuntungan. Bahkan dari pakar hukum Belanda semisal Van Kant dan Van Apeldorn mendefinisikan hukum dagang adalah tambahan aturan khusus atau bagian istimewa dari lapangan hukum perikatan yang belum ditetapkan dalam hukum perdata.³²

²⁹ "Commercial Law," accessed May 23, 2022, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/commercial-law>.

³⁰ Muhamad Qustulani, *Hukum Dagang* (Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018), 15.

³¹ Erie Hariyanto, *Hukum Dagang dan Perusahaan di Indonesia* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 6.

³² Qustulani, *Hukum Dagang*, 17.

Ada pula beberapa tokoh yang mengartikan hukum dagang secara lebih luas, seperti Achmad Ichsan mengatakan hukum dagang yaitu hukum yang mengatur masalah perdagangan yang timbul karena tingkah laku manusia dalam perdagangan atau perniagaan.³³ Munir Fuadi memperluas makna hukum dagang dengan sebutan hukum bisnis, yaitu perangkat kaidah hukum yang mengatur tata cara pelaksanaan urusan kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu untuk mendapatkan keuntungan tertentu.³⁴ Pendapat kedua tokoh ini lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan sektor-sektor perdagangan modern saat ini yang belum diatur dalam KUHD maupun KUHPerdata, namun telah disahuti dengan beberapa peraturan perundang-undangan yang khusus (*lex speciale derogate lex generale*) seperti hukum hak kekayaan intelektual, pasar modal, perpajakan, perbankan, lembaga keuangan nonbank, dan sebagainya. Menurut Qustulani istilah hukum bisnis lebih tepat menggantikan istilah hukum dagang, karena telah populer digunakan oleh masyarakat internasional termasuk di Indonesia.³⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dengan memperhatikan perkembangan pesat bentuk-bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan masyarakat baik domestik maupun lintas negara, dapat didefinisikan bahwa hukum perdagangan adalah seperangkat aturan yang tertulis dan tidak tertulis yang mengatur hubungan antar orang baik perorangan ataupun badan usaha dalam berbagai bidang bisnis dalam rangka memperoleh keuntungan.

2. Sejarah Pembentukan UU Perdagangan

UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disahkan pada tanggal 11 Maret 2014 yang ditandatangani oleh Presiden RI Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono dan secara resmi

³³ Achmad Ichsan, *Hukum Dagang* (Jakarta: Pradya Paramita, 1975), 17.

³⁴ Qustulani, *Hukum Dagang*, 20.

³⁵ Qustulani, 16.

diundangkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Amir Syamsudin, dan dicatatkan pada Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45. Pembentukan UU Perdagangan menempuh waktu yang sangat lama dan ditunggu-tunggu terutama oleh pelaku usaha, masyarakat selaku konsumen dan pemerintah selaku penyelenggara bidang perdagangan. UU Perdagangan merupakan produk hukum nasional pertama di sektor perdagangan setelah sekitar 30-an tahun sebelumnya masih mewarisi produk hukum kolonial Belanda. Produk hukum kolonial Belanda menyangkut bidang perdagangan yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau KUHPerdata (*Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*) *Staatsblaad* nomor 23 tahun 1847, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang atau KUHD (*Wetboek van Koophandel (WvK)* *Staatsblaad* 1938 nomor 276, dan *Bedrijfsreglementerings Ordonnantie* 1934 (*Staatblad* 1938 Nomor 86) atau Undang-Undang Pengaturan Perusahaan 1934 yang biasa dikenal dengan BRO 1934. Ketiganya diberlakukan berdasarkan atas konkordansi oleh kolonial Belanda dan terus digunakan hingga Indonesia merdeka dan setelahnya berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 demi mengatasi kekosongan hukum nasional.³⁶

UU Perdagangan merupakan hasil pembaharuan hukum dagang yang telah menjadi agenda pemerintah, diprakarsai oleh Kementerian Perdagangan dengan mengajukan RUU Perdagangan dan masuk dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) DPR RI 2010-2014. Pada saat yang beriringan, Kementerian Hukum dan HAM juga menyusun RUU KUHD dan sejumlah RUU yang terkait substansi hukum dagang yang bersifat parsial dalam Prolegnas tersebut, sehingga terjadi dikotomi politik hukum di bidang hukum dagang yang menimbulkan ketidakjelasan arah pengaturan bidang hukum dagang bagi Indonesia. Pada satu sisi Prolegnas memasukkan RUU yang merupakan bidang hukum dagang secara parsial.

³⁶ Ramlan, *Intisari Pengantar Hukum Dagang I* (Medan: Ratu Jaya, 2009), 9.

Namun di sisi lain, Prolegnas juga memerintahkan adanya kodifikasi general dengan memasukkan RUU KUHD.³⁷

Sebelumnya pembaharuan Hukum Dagang pernah dirintis oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) pada tahun 1985-1986, yaitu dengan melakukan penyusunan Kodifikasi Hukum Dagang. Dalam rangka kegiatan tersebut telah diadakannya "Simposium Pembaharuan Hukum Dagang Nasional" pada tahun 1985 dan "Lokakarya Bab-Bab Kodifikasi Hukum Dagang Nasional" pada tahun 1986. Hanya saja pembaruan hukum dagang ini belum sempat disusun menjadi RUU.³⁸ Kendalanya disebabkan oleh perkembangan hukum yang sangat dinamis baik dari segi praktik maupun pengaturannya, serta ruang lingkup hukum dagang yang sangat luas.³⁹ RUU KUHD yang disusun tim dari Kemenkum HAM itupun dianggap masih mampu menampung semua aspek terkait perkembangan hukum dagang sehingga dalam kesimpulan Diskusi Publik Naskah Akademik RUU Hukum Dagang di Yogyakarta pada tanggal 30 Oktober s.d 1 November 2013 memilih untuk membuat kodifikasi secara parsial dalam bentuk kompilasi dan harmonisasi peraturan

³⁷ Dalam Keputusan DPR RI Nomor 41 A/DPR RI/ I/2009-2010, daftar RUU yang masuk prolegnas 2010-2014 terkait substansi hukum dagang adalah: RUU tentang Perdagangan; RUU tentang Badan Usaha di Luar Perseroan Terbatas dan Koperasi (RUU tentang Persekutuan Perdata, Persekutuan Firma dan Persekutuan Komanditer); RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Koperasi; RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransi; RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi; RUU tentang Kitab Undang-Undang Hukum Dagang; dan RUU tentang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

³⁸ Dr. Sulistiowaty, SH., M.Hum (Ketua Kelompok Kerja), "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Hukum Dagang," *Pusat Perencanaan Pembangunan Hukum Nasional Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI*, 2013, 64; "Badan Pembinaan Hukum Nasional," accessed May 27, 2022, <https://jdihn.go.id/search/monografi/detail/870261>.

³⁹ Khairandry dalam Dr. Sulistiowaty, SH., M.Hum (Ketua Kelompok Kerja), "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Hukum Dagang," 8.

perundang-undangan yang bersifat parsial dalam hukum dagang.⁴⁰

Prolegnas pun pada akhirnya memilih meneruskan pembahasan RUU Perdagangan yang diusulkan Kementerian Perdagangan hingga ditetapkan sebagai UU Perdagangan.⁴¹ Sebelumnya, pembaharuan hukum perdagangan telah dilakukan pemerintah dan lembaga legislatif yaitu membuat produk hukum khusus (*lex speciale*) dari KUHD. Produk hukum dagang tersebut adalah UU 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; UU No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta; UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merek; UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten; UU 7 Tahun 1992 sebagaimana diubah dengan UU 10 Tahun 1998 tentang Merger, Konsolidasi dan Akuisisi Perbankan; UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian; dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Adapun dalam bidang perdagangan baik dalam negeri maupun luar negeri, terdapat sejumlah undang-undang yang sudah mengatur perdagangan seperti UU Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal, UU Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, UU Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perubahan atas UU Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 9 Tahun 2006 tentang Resi Gudang, UU Nomor 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan yang diubah menjadi UU Nomor 17 Tahun 2006 tentang Perubahan UU Kepabeanan, dan UU lainnya.

Namun sejumlah undang-undang tersebut dinilai masih memiliki persoalan hukum yaitu: norma hukumnya

⁴⁰ Dr. Sulistiowaty, SH., M.Hum (Ketua Kelompok Kerja), 130.

⁴¹ Sebelumnya menggunakan KUHD yang berlaku di Indonesia mulai tahun 1933 dan BRO 1934. Itu artinya Indonesia baru mampu lepas dari produk hukum warisan Kolonial Belanda setelah 81 tahun lamanya. Malahan apabila mengacu pada Pasal 29 dari Lembaran Negara Tahun 1917 Nomor 12 tentang Penundukan Diri secara Sukarela kepada Hukum Eropa, Hukum Wesel dan Cek yang termuat dalam KUHD, yang praktis berlaku juga bagi golongan Indonesia asli, maka KUHD dan BRO 1934 sudah digunakan selama 96 tahun di Indonesia.

ketinggalan zaman, ada sejumlah peraturan yang tidak harmonis atau tumpang tindih, daya berlaku peraturan yang ada lemah karena posisinya di bawah undang-undang, ada peraturannya tetapi tidak memadai, atau peraturannya memang sama sekali belum ada. Hal inilah yang dijelaskan dalam Naskah Akademik RUU Perdagangan:

“...Undang-undang ini harus secara cermat menghindari terjadinya benturan dengan undang-undang lain sehingga dapat menimbulkan ketidakpastian hukum...perdagangan sebagai suatu kebijakan merupakan kebijakan yang erat kaitannya dengan sektor-sektor lainnya. Seringkali kebijakan menyangkut kegiatan perdagangan diatur sendiri-sendiri oleh sektor-sektor lainnya mengingat kegiatan perdagangan itu sendiri merupakan ‘alat’ dalam menunjang kegiatan sektor lainnya.”⁴²

Untuk itu Kementerian Perdagangan membuat peraturan yang dapat dijadikan sebagai payung hukum (*umbrella act*) melalui langkah harmonisasi hukum untuk mengatasi permasalahan hukum dimaksud atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang telah ada, dengan cara mengubah atau mencabutnya guna menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan masyarakat.⁴³ Tercatat ada 30 (tiga puluh) undang-undang yang diharmonisasikan oleh Kementerian Perdagangan, meliputi UU Nomor 3 Tahun 1962 tentang Wajib Daftar Perusahaan-Tanda Daftar Perusahaan, UU Nomor 5 Tahun 1983 tentang Zona Ekonomi Ekslusif, UU Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, UU Nomor 45 Tahun 2009 tentang Periklanan, UU Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, UU Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, UU Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagangan Indonesia (KADIN), UU Nomor 5 Tahun 1992 tentang Cagar Budaya, UU

⁴² Setjen DPR RI, “Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan-Database Arsip - Dewan Perwakilan Rakyat,” 6, accessed February 12, 2022, <https://www.dpr.go.id/arsip/indexlg/id/553>.

⁴³ Budianto, “Pembaharuan Kitab Hukum Dagang Indonesia,” 717-718.

Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, UU Nomor 7 Tahun 1994 tentang Pengesahan WTO, UU Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UU Nomor 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan, UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Psikotropika, UU Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli, UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 37 Tahun 1999 tentang Hubungan Luar Negeri, UU Nomor 24 Tahun 2000 tentang Perjanjian Internasional, UU Nomor 29 Tahun 2000 tentang Perlindungan Varietas Tanaman, UU Nomor 36 Tahun 2000 yang diubah menjadi UU Nomor 44/2007 tentang Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, UU Nomor 22 Tahun 2001 tentang Migas, UU Nomor 9 Tahun 2006 tentang Sistem Resi Gudang, UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU Nomor 30 Tahun 2007 tentang Energi, UU Nomor 39 Tahun 2007 tentang Cukai, UU Nomor 44 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU Nomor 9 Tahun 2008 tentang Penggunaan Bahan Kimia, dan UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.⁴⁴

Harmonisasi hukum dalam pembaharuan hukum dagang dan perdagangan merupakan kewajiban negara sebagai wujud dari konsep negara hukum. Dalam Pembukaan UUD 1945 telah dinyatakan secara tegas, bahwa berdirinya Negara Indonesia yang berdasarkan hukum (*rechtstaat*). Konsep *rechtstaat* merupakan konsep negara modern yang khas di Eropa, dan masuk ke Indonesia melalui asas konkordasi merupakan politik hukum kolonial Belanda. Dalam konsep ini terdapat prinsip bahwa penyelenggaraan pemerintahan negara harus didasarkan pada *rule of law*. Artinya, hukum negara ditempatkan sebagai pengendali utama dalam penyelenggaraan pemerintahan negara dengan mengacu pada konstitusi sebagai puncak landasan yuridisnya. Peran negara

⁴⁴ Setjen DPR RI, "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan-Database Arsip - Dewan Perwakilan Rakyat," 12-18.

dimaksud diwujudkan dalam pembuatan Naskah Kademik Rancangan UU tentang Perdagangan oleh Kementerian Perdagangan yang rampung pada Juli 2012. Pembuatannya bertolak dari tiga landasan: filosofis, yuridis, dan sosiologis.

Secara filosofis, perdagangan dianggap sebagai salah satu prioritas pembentuk kesejahteraan, selain keamanan/ketertiban dan keadilan sebagai pilar lainnya. Untuk itu pemerintah berperan dalam menata perdagangan baik luar maupun dalam negeri dalam rangka mewujudkan negara yang unggul dalam peta persaingan ekonomi dunia, meskipun diakui bahwa perdagangan memiliki ciri mekanisme pasar murni. Pemerintah berupaya tidak terlalu banyak mengintervensi kegiatan perdagangan, karenanya intervensi pemerintah dilakukan dengan spirit menghindari distorsi pasar, dengan mengambil posisi sebagai fasilitator dan berperan sebagai regulator untuk hal-hal yang memang perlu diatur.⁴⁵ Pertimbangan filosofis ini menunjukkan adanya sikap kehati-hatian pemerintah dengan pertimbangan yang mendalam dalam membuat regulasi perdagangan dan boleh jadi ini salah satu yang mengakibatkan pembentukan UU perdagangan memakan waktu yang lama.

Adapun landasan yuridis pembentukan RUU Perdagangan oleh pemerintah tersebut mengacu pada norma-norma hukum yang sesuai dengan teori pembuatan peraturan perundang-undangan. Untuk itu RUU Perdagangan diupayakan dapat memuat kaidah-kaidah yang disebut 4 L double C double E, yaitu *Legal Clarity* (kejelasan hukum); *Legal Certainty* (kepastian hukum); *Legal Enforceability* (keberlakuan hukum); dan *Legal Effectiveness* (efektivitas hukum).⁴⁶ Kaidah-kaidah dimaksud disesuaikan dengan asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik menurut UU Nomor

⁴⁵ Landasaf filosofis dalam Naskah Akademik Rancangan UU Perdagangan. Biro Hukum Kementerian Perdagangan, "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan," July 2012, 1-3.

⁴⁶ Biro Hukum Kementerian Perdagangan, 3-4.

12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan.

Aspek sosiologi juga menjadi pertimbangan dan alasan disusunnya Naskah Akademik RUU Perdagangan. Pemerintah memandang bahwa "...relasi sosial antar para pelaku kepentingan ini (bidang perdagangan, pen) haruslah berlandaskan pada norma-norma yang berlaku di masyarakat, baik ditingkat domestik maupun internasional." Relasi sosial dalam bidang perdagangan melibatkan beberapa pihak sebagai pemangku kepentingan, terdiri atas produsen, konsumen, dan kelompok eksekutif yaitu pemerintah pusat dan pemerintah daerah maupun kelompok eksekutif internasional yakni para pemerintah di negara-negara mitra dagang dan organisasi terkait perdagangan internasional di mana Indonesia menjadi anggotanya.⁴⁷

Pertimbangan diterbitkannya UU Perdagangan ini juga adalah dalam rangka harmonisasi hukum di bidang perdagangan yang telah berlaku sebelumnya, dengan tujuan terciptanya kesatuan ekonomi nasional yang responsif terhadap perkembangan perdagangan di era globalisasi. Di samping itu, guna melaksanakan demokrasi ekonomi untuk mendukung peningkatan produksi dan memperkuat daya saing produk dalam negeri, UU ini diarahkan untuk mengembangkan ekonomi rakyat meliputi koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai pilar pembangunan ekonomi nasional.⁴⁸

3. Asas-Asas Hukum Perdagangan

Secara etimologi kata asas berasal dari bahasa Arab, *asasun* yang berarti dasar, basis, pondasi. Dalam KBBI kata asas memiliki 3 arti yaitu dasar (sesuatu yang menjadi tumpuan berpikir atau berpendapat); dasar cita-cita (perkumpulan atau organisasi); dan hukum dasar.⁴⁹ Jika kata asas dihubungkan dengan hukum, yang dimaksud dengan asas adalah kebenaran yang dipergunakan sebagai tumpuan berpikir dan alasan

⁴⁷ Biro Hukum Kementerian Perdagangan, 4–5.

⁴⁸ Konsideran menimbang huruf b, c, dan d dalam UU Perdagangan

⁴⁹ "Arti Kata Asas - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed July 3, 2022, <https://www.kbbi.web.id/asas>.

pendapat, terutama, dalam penegakan dan pelaksanaan hukum. Asas hukum menjadi tolok ukur dalam pelaksanaan hukum, dan pada umumnya berfungsi sebagai rujukan untuk mengembalikan segala masalah yang berkenaan dengan hukum.⁵⁰ Untuk itu sangat penting memformulasikan asas-asas dalam suatu hukum agar dapat mencakupi seluruh aspek yang diatur dalam hukum, terlebih dalam pembentukan peraturan perundang-undangan. Asas hukum merupakan prinsip-prinsip universal hukum yang dikembangkan dari nilai hukum. Asas hukum di Indonesia bersumber dari Hukum Islam, Hukum Adat, dan Hukum Barat.⁵¹

Asas-asas menjadi barometer dalam penyusunan norma-norma hukum dalam peraturan perundang-undangan. Pasal 5 UU 12/2011 mengatur bahwa peraturan perundang-undangan yang baik mestilah mengikuti asas-asas: kejelasan tujuan; kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat; kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan; dapat dilaksanakan; kedayagunaan dan kehasigunaan; kejelasan rumusan; dan keterbukaan. Untuk itu setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan asas-asas yang bersifat universal sebagaimana ditentukan dalam UU tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan dan dapat ditambahkan dengan asas-asas lainnya sesuai dengan bidang hukum yang bersangkutan.⁵²

Adapun asas-asas hukum perdagangan nasional terdapat dalam UU Perdagangan. Pada Pasal 2 UU Perdagangan menyebutkan kebijakan perdagangan disusun berdasarkan 11 (sebelas) asas, meliputi asas kepentingan nasional; kepastian hukum; adil dan sehat; keamanan berusaha; akuntabel dan transparan; kemandirian; kemitraan; kemanfaatan; kesederhanaan; kebersamaan; dan berwawasan lingkungan. Sebelumnya dalam Naskah Akademik RUU Perdagangan

⁵⁰ Ali, *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum di Indonesia*, 126.

⁵¹ Yasin, *Politik Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, 2018, 171.

⁵² Pasal 6 UU Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang telah diubah menjadi UU Nomor 12 Tahun 2011 (Pasal 6).

memuat sembilan asas yang kemudian sebagian besar telah diubah, terdiri dari asas demokrasi ekonomi; kebebasan dan keadilan berusaha; keamanan berusaha; berwawasan lingkungan; kepastian hukum; nondiskriminasi; keterbukaan; kemitraan; dan perlindungan konsumen.⁵³

Asas kepentingan nasional mengarahkan agar setiap kebijakan perdagangan yang dikeluarkan pemerintah mengutamakan kepentingan bangsa, negara, dan masyarakat di atas kepentingan lainnya. Asas kepastian hukum menunjukkan agar setiap kebijakan dan pengendalian di bidang perdagangan berdasarkan hukum dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini sesuai dengan konsep negara hukum yang berlaku di Indonesia berdasarkan ketentuan Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 hasil amandemen. Asas adil dan sehat menekankan kesempatan dan kedudukan yang setara antara para produsen, pedagang, dan pelaku usaha lainnya dalam kegiatan usaha. Dengan adanya keadilan dalam aktivitas perdagangan akan mewujudkan iklim usaha yang kondusif dan sehat. Asas keamanan berusaha bermakna hukum perdagangan harus memastikan jaminan keamanan bagi para pelaku usaha dalam setiap tahapan kegiatan perdagangan baik saat persiapan hingga pelaksanaan kegiatan perdagangan. Asas akuntabel dan transparan ini berkenaan dengan tugas pokok dan fungsi pemerintah dalam penyelenggaraan perdagangan yang dapat dipertanggungjawabkan dan bersifat terbuka kepada masyarakat sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Asas kemandirian menekankan pentingnya kemandirian dalam melakukan kegiatan perdagangan tanpa bergantung kepada pihak lain. Kedaulatan dalam membuat kebijakan perdagangan hingga implementasinya menjadi syarat penting terwujudnya perdagangan yang mandiri dan bebas dari intervensi pihak asing. Asas kemitraan bahwa dalam perdagangan tentu memerlukan kerja sama berbagai pihak baik langsung ataupun tidak langsung, berdasarkan prinsip saling membutuhkan,

⁵³ Setjen DPR RI, "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan-Database Arsip - Dewan Perwakilan Rakyat," 9-11.

kepercayaan, saling memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan koperasi dan UMKM dengan pengusaha besar dan antara pemerintah dengan swasta. Asas kesederhanaan menekankan pentingnya pelayanan yang memudahkan pelaku usaha dan memberikan informasi yang benar kepada masyarakat. Asas kebersamaan menunjukkan adanya kebersamaan antara pemerintah, pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam penyelenggaraan perdagangan. Terakhir asas berwawasan lingkungan menekankan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan pembangunan yang berkelanjutan dalam kebijakan perdagangan.

4. Tujuan Hukum Perdagangan

Puput Purwanti menyebutkan ada lima tujuan hukum perdagangan atau bisnis, yaitu: *Pertama*, menjamin kepastian fungsi keamanan mekanisme pasar secara efisien dan lancar. Pelaku usaha dapat melakukan kegiatan bisnis sesuai ketentuan hukum yang berlaku sehingga dapat terwujud sinergitas antar pelaku usaha dan pemerintah, dan persaingan usaha yang sehat dan terkontrol. Hal ini dapat mendorong produktifitas pelaku usaha dan menjadi daya tarik bagi para investor. *Kedua*, melindungi berbagai jenis usaha, khususnya bagi jenis usaha kecil dan menengah (UKM). UKM merupakan salah satu basis dan penggerak roda perekonomian negara. Pemberdayaan Usaha mikro kecil dan menengah dapat menjadi faktor penentu berkembangnya perekonomian nasional, sehingga dapat mewujudkan pertumbuhan perekonomian yang sehat dan kesejahteraan rakyat.⁵⁴ Oleh karena UKM perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah melalui perangkat kebijakan hukum. *Ketiga*, membantu memperbaiki sistem keuangan dan perbankan. Hukum memberikan kejelasan penyelenggaraan sektor perbankan dan lembaga keuangan nonbank dalam melayani nasabah. *Keempat*, memberikan perlindungan

⁵⁴ "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia," accessed January 31, 2023, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>; Sitorus, "Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) dalam Masyarakat Ekonomi Asean."

terhadap pelaku ekonomi atau bisnis sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan bebas dengan tetap mengikuti aturan hukum yang berlaku. Manakala terjadi sengketa, hukum mengatur jalan prosedural penyelesaiannya. Kelima, mewujudkan perniagaan yang aman dan adil bagi semua pelaku usaha. Semua pelaku usaha memiliki kedudukan yang sama dalam berbisnis dan bersaing secara sehat dalam menjalankan usaha bisnisnya, maka diperlukan hukum yang mengaturnya sehingga terwujud rasa aman dan berkeadilan.⁵⁵

Adapun tujuan pengaturan perdagangan dalam UU Perdagangan terdiri dari 12 (dua belas) hal meliputi: 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional; 2) Meningkatkan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri; 3) Meningkatkan kesempatan berusaha dan menciptakan lapangan pekerjaan; 4) Menjamin kelancaran distribusi dan ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting; 5) Meningkatkan fasilitas, sarana, dan prasarana perdagangan; 6) Meningkatkan kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta pemerintah dan swasta; 7) Meningkatkan daya saing produk dan usaha nasional; 8) Meningkatkan citra produk dalam negeri, akses pasar, dan ekspor nasional; 9) Meningkatkan perdagangan produk berbasis kreatif; 10) Meningkatkan perlindungan konsumen; 11) Meningkatkan penggunaan Standar Nasional Indonesia (SNI); 12) Meningkatkan pelindungan sumber daya alam; dan 13) Meningkatkan pengawasan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁵⁶

5. Ruang Lingkup Pengaturan dan Harmonisasi Hukum Sektor Perdagangan

a. Ruang Lingkup Pengaturan

Perdagangan mencakupi berbagai aktifitas usaha yang begitu luas dan terus berkembang. Perdagangan

⁵⁵ "5 Tujuan Hukum Bisnis di Indonesia," Hukamnas.com, August 29, 2018, <https://hukamnas.com/tujuan-hukum-bisnis>.

⁵⁶ Pasal 3 UU Perdagangan

sebagai sebuah sektor membawahi perdagangan barang, jasa dan derivasi (berjangka) yang dapat diperdagangkan sesuai ketentuan UU. Adapun sektor jasa yang dapat diperdagangkan disebutkan secara rinci dalam UU Perdagangan, meliputi: jasa bisnis; jasa distribusi, jasa komunikasi; jasa pendidikan, jasa lingkungan hidup; jasa keuangan; jasa konstruksi dan teknik terkait; jasa kesehatan dan sosial; jasa rekreasi, kebudayaan dan olahraga; jasa pariwisata; jasa transportasi; dan jasa lainnya.⁵⁷

Secara umum ruang lingkup pengaturannya terdiri atas standardisasi produk, izin usaha dagang, pemasaran dalam arti luas (termasuk promosi) & pengaturan distribusi baik domestik maupun lintas batas negara. Untuk itu UU Perdagangan mengatur beberapa hal yang diatur meliputi: perdagangan dalam negeri; perdagangan luar negeri; perdagangan perbatasan; standardisasi; perdagangan melalui sistem elektronik; perlindungan dan pengamanan perdagangan; pemberdayaan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah; pengembangan ekspor; kerja sama perdagangan internasional; sistem informasi perdagangan; tugas dan wewenang pemerintah di bidang perdagangan; komite perdagangan nasional; pengawasan; dan aspek pidana (penyidikan).⁵⁸

b. Harmonisasi Hukum Sektor Perdagangan

Harmonisasi hukum merupakan metode ilmiah dalam pembentukan peraturan perundang-undangan untuk mengatasi kejanggalan di antara norma-norma hukum sehingga terbentuk peraturan perundang-undangan nasional yang harmonis satu dan lainnya. Menurut Badan Hukum Pembinaan Nasional yang dikutip oleh Suhartono, proses harmonisasi hukum mengacu pada keselarasan nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis maupun yuridis.⁵⁹

⁵⁷ Pasal 4 ayat (2) UU Perdagangan

⁵⁸ Pasal 4 ayat (1) UU Perdagangan

⁵⁹ Suhartono, "Harmonisasi Peraturan Perundang-Udandangan dalam Pelaksanaan Anggaran Belanja Negara" (Disertasi: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2011), 95.

Harmonisasi hukum merupakan salah satu aspek barometer yang harus dilakukan untuk menentukan kualitas pembentukan undang-undang sehingga memiliki kepastian hukum dan berkelanjutan.⁶⁰ A.A. Oka Mahendra dalam bukunya Yuliandri mengemukakan bahwa harmonisasi dalam hukum sebagai upaya menjamin proses RUU dilakukan secara taat atas demi kepastian hukum, dan untuk mencegah dan menanggulangi terjadinya disharmoni hukum.⁶¹

Untuk mencegah terjadinya disharmoni hukum dapat dilakukan dengan cara penemuan hukum (penafsiran dan konstruksi hukum), penalaran hukum, dan pemberian argumentasi yang rasional. Upaya ini bertujuan untuk menegaskan kehendak hukum, kehendak masyarakat, dan kehendak moral.⁶² Sesuai dengan perjalanan sejarah legislasi UU Perdagangan yang telah dijelaskan di atas, UU Perdagangan terbentuk dari hasil kodifikasi secara parsial dalam bentuk kompilasi dan harmonisasi peraturan perundang-undangan yang bersifat parsial dalam hukum dagang. Hal ini menunjukkan bahwa sumber hukum disektor perdagangan tidak hanya UU Perdagangan. Ada beberapa UU lain baik telah terlebih dahulu berlaku sebelum UU Perdagangan ini maupun setelahnya. Dalam Konsideran UU Perdagangan dijelaskan bahwa harmonisasi hukum di bidang perdagangan yang telah berlaku sebelumnya bertujuan untuk menciptakan kesatuan ekonomi nasional yang responsif terhadap perkembangan perdagangan di era globalisasi.⁶³

Adapun beberapa aspek hukum terkait perdagangan yang diatur dalam peraturan tersendiri dan telah diharmonisasikan dalam UU Perdagangan antara lain UU

⁶⁰ Yuliandri, *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 213.

⁶¹ Yuliandri, *Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 217.

⁶² Yuliandri, 217-18.

⁶³ Konsideran menimbang huruf b, c, dan d dalam UU Perdagangan

Kepabeanan, UU berkenaan dengan Hak Kekayaan Intelektual (Paten, Merek, Hak Cipta, Perlindungan Varietas Tanaman, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Rahasia Dagang), UU Kesehatan, UU Pasar Modal, UU UMKM, UU Pangan, UU Psikotropika, UU Perdagangan Berjangka Komoditi, UU Anti Monopoli, UU Perlindungan Konsumen, UU Migas, UU Sistem Resi Gudang, UU Energi, UU Cukai, UU Perseroan Terbatas, UU Koperasi, dan UU ITE.⁶⁴ Masih banyak bidang-bidang khusus dari perdagangan diatur tersendiri antara lain UU Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang, UU Badan Usaha Milik Negara, UU Perbankan termasuk Perbankan Syariah, dan UU Perasuransian yang berkembang menjadi beberapa UU Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang kemudian diubah menjadi UU Badan Penyelenggara Jaminan Kesehatan.⁶⁵

6. Lembaga Otoritas Perdagangan di Indonesia

Lembaga yang berwenang mengurus bidang perdagangan hingga saat ini adalah Kementerian Perdagangan, sesuai dengan ketentuan Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan (Perpres 48/2015) yang kemudian dicabut dan diganti dengan Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 tentang Kementerian Perdagangan yang ditetapkan pada tanggal 20 Januari 2022.

Sebelumnya lembaga otoritas bidang perdagangan mengalami perubahan sesuai dengan sistem politik dan pemerintahan yang berlaku, yang dapat diurutkan sebagai berikut:⁶⁶

- a. Masa Kabinet Republik Indonesia I dengan sistem Presidensiil tanggal 19 Agustus 1945, maka wewenang dan tanggung jawab sektor industri dan perdagangan berada di bawah Kementerian Kemakmuran.

⁶⁴ Biro Hukum Kementerian Perdagangan, "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan," 12–18.

⁶⁵ Nafi' Mubarak, *Hukum Dagang* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Pres, 2014), 13.

⁶⁶ "Sejarah Kementerian Perindustrian," accessed May 28, 2022, <https://www.kemenperin.go.id/profil/69/sejarah-kementerian-perindustrian>.

- b. Tahun 1946-1945 dengan sistem pemerintahan parlementer hingga kembali ke sistem presidensial sempat ditunjuk Menteri Perdagangan dan Perindustrian di bawah Kementerian 50makmuran.
- c. Masa Kabinet Hali (RI Yogyakarta) tanggal 21 Januari sampai dengan 6 September 1950 dibentuk Kementerian Perdagangan dan Perindustrian.
- d. Masa Kabinet Natsir dari tanggal 6 September 1950 sampai dengan 27 April 1951, masih berupa Kementerian Perdagangan dan Perindustrian.
- e. Tahun 1952-1957 (Kabinet Wilopo, Kabinet Boerhanuddin Harahap hingga Kabinet Ali Sastroamidjojo II), sektor industri dan perdagangan menjadi tanggung jawab Kementerian Perekonomian
- f. Masa Kabinet Karya (1957-1959) yang dipimpin oleh Ir. Djoeanda, sektor industri dan perdagangan dipisahkan pada kementerian tersendiri; yaitu sektor perdagangan masuk dalam Kementerian Perdagangan dan sektor industri dibina oleh Menteri Perindustrian
- g. Tanggal 6 Desember 1995 penggabungan kembali Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan menjadi Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
- h. Terbit Keputusan Presiden Nomor 187/10/2004 tanggal 20 Oktober 2004 keduanya dipisahkan dan masing-masing menjadi nomenklatur tersendiri dalam Kabinet Indonesia Bersatu Jilid I (2004-2009) di bawah kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dan berlaku hingga periode kedua Presiden Joko Widodo 2019-2024.⁶⁷

Berdasarkan ketentuan Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan,⁶⁸ sebagaimana dihapus dan digantikan dengan Peraturan Presiden Nomor 11

⁶⁷ "Kementerian Perdagangan Republik Indonesia - Tribunnewswiki.Com," accessed May 28, 2022, <https://www.tribunnewswiki.com/2019/10/26/kementerian-perdagangan-republik-indonesia#2130.015625>.

⁶⁸ Selanjutnya disebut Perpres 48/2015

Tahun 2022 tentang Kementerian Perdagangan,⁶⁹ Kementerian Perdagangan bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan untuk membantu dan bertanggung jawab kepada Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara.⁷⁰

Ada beberapa fungsi lembaga ini apabila merujuk Perpres 48/2015, yaitu:

- a. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan, peningkatan dan fasilitasi ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, pengendalian, pengelolaan dan fasilitasi impor serta pengamanan perdagangan, peningkatan akses pasar barang dan jasa di forum internasional, promosi, pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor serta pelaku ekspor, serta pengembangan, pembinaan dan pengawasan di bidang perdagangan berjangka komoditi, sistem resi gudang dan pasar lelang komoditas;
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan, peningkatan dan fasilitasi ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, pengendalian, pengelolaan dan fasilitasi impor serta pengamanan perdagangan, peningkatan akses pasar barang dan jasa di forum internasional, promosi, pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor serta pelaku ekspor, serta pengembangan, pembinaan dan pengawasan di bidang

⁶⁹ Selanjutnya disebut Perpres 11/2022

⁷⁰ Pasal 1 dan 2 Perpres 48/2015 atau Pasal 1 dan 4 Perpres 11/2022

- perdagangan berjangka komoditi, sistem resi gudang dan pasar lelang komoditas;
- c. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan, peningkatan dan fasilitasi ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, pengendalian, pengelolaan dan fasilitasi impor serta pengamanan perdagangan, promosi, pengembangan dan peningkatan produk, pasar ekspor serta pelaku ekspor, serta pengembangan, pembinaan dan pengawasan di bidang sistem resi gudang dan pasar lelang komoditas;
 - d. Pelaksanaan pengkajian dan pengembangan di bidang perdagangan;
 - e. Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Perdagangan;
 - f. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Perdagangan;
 - g. Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Perdagangan; dan
 - h. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Perdagangan.

Dengan berlakunya Perpres 11/2022, fungsi Kementerian Perdagangan diubah menjadi:⁷¹

- a. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, perlindungan konsumen dan tertib niaga, perdagangan luar negeri, peningkatan akses pasar barang dan jasa di forum internasional, pengembangan ekspor nasional, serta pengembangan, pembinaan, dan pengawasan

⁷¹ Pasal 3 Permendag 80/2020 atau Pasal 3 Perpres 48/2015

- di bidang perdagangan berjangka komoditi, sistem resi gudang, dan pasar lelang komoditas;
- b. Koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Perdagangan;
 - c. Pengelolaan barang milik/ kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Perdagangan;
 - d. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Perdagangan;
 - e. Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, perlindungan konsumen dan tertib niaga, perdagangan luar negeri, ekspor nasional, pembinaan sistem resi gudang, dan pasar lelang komoditas; dan
 - f. Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur di lingkungan Kementerian Perdagangan.

Tugas-tugas di atas secara substansi memiliki persamaan dengan ketentuan Pasal 3 Perpres 48/2015, namun secara teknis tugas Kementerian Perdagangan dalam Perpres 11/2022 diperluas sesuai dengan visi misi Kabinet Indonesia Maju Periode Tahun 2019-2024. Untuk menjalankan fungsinya, Lembaga ini memiliki susunan organisasi dengan bagan sebagai berikut:⁷²

⁷² "Tugas dan Fungsi - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia," accessed May 30, 2022, <https://www.kemendag.go.id/id/about-us/main-duty/struktur-organisasi>.

Gambar 2.5 Struktur Organisasi Kementerian Perdagangan



Sumber Gambar: Website www.kemendag.go.id/id/about-us/main-duty/struktur-organisasi.

Susunan organisasi Kementerian Perdagangan di atas sesuai dengan ketentuan Pasal 6 Perpres 11/2022. Masing-masing unsur dalam tata organisasi Kementerian Perdagangan RI di atas memegang tugas pokok dan fungsi sesuai ketentuan Perpres 11/2022 sebagai berikut:

- a. Menteri Perdagangan dan Wakil Menteri. Menteri perdagangan diangkat Presiden untuk bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan. Wakil Menteri Perdagangan diangkat Presiden untuk bertugas membantu Menteri dalam memimpin melaksanakan tugas kementerian mencakupi perumusan dan atau pelaksanaan kebijakan dan mengkoordinasikan pencapaian kebijakan strategis lintas unit organisasi Jabatan Pimpinan Tinggi Madya atau Eselon I di lingkungan Kementerian Perdagangan.
- b. Sekretariat Jenderal dipimpin oleh Sekretaris Jenderal (Sekjen) memiliki tugas menyelenggarakan koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan

Kementerian Perdagangan. Sekretariat Jenderal ini berfungsi tujuh hal: 1) koordinasi kegiatan; 2) koordinasi dan penyusunan rencana program dan anggaran; 3) membina dan memberi dukungan administrasi; 4) membina dan menata organisasi dan tata laksana; 5) koordinasi dan penyusunan peraturan perundang-undangan serta pelaksanaan advokasi hukum; 6) Mengelola barang milik negara dan pengadaan barang/jasa; 7) tugas lain yang diberikan oleh Menteri.

- c. Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri bertugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penguatan dan pengembangan perdagangan dalam negeri, termasuk di dalamnya mengenai distribusi dan ketersediaan barang kebutuhan masyarakat.
- d. Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga bertanggung jawab dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan bidang perlindungan konsumen dan tertib niaga meliputi pemberdayaan konsumen, standardisasi perdagangan dan pengendalian mutu, metrologi legal, pengawasan kegiatan perdagangan, serta pengawasan barang beredar dan/ atau jasa.
- e. Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri bertugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan di bidang perdagangan luar negeri meliputi peningkatan dan fasilitasi ekspor barang nonmigas yang bernilai tambah dan jasa, pengendalian dan fasilitasi impor, serta pelindungan dan pengamanan perdagangan.
- f. Direktorat Jenderal Perundingan Perdagangan Internasional yang bertugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang peningkatan akses pasar barang dan jasa di tingkat internasional. Ruang lingkup fungsinya adalah kerja sama dan perdagangan barang, perdagangan jasa, investasi perdagangan barang dan jasa, kerja sama ekonomi dan teknik perdagangan, fasilitasi perdagangan di forum bilateral, regional, dan multilateral, serta organisasi internasional lainnya;

- g. Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional mengemban tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan ekspor nasional. Ruang lingkupnya adalah pengembangan dan peningkatan daya saing produk ekspor, pasar ekspor, dan pelaku ekspor, serta penyelenggaraan promosi dagang, kampanye pencitraan Indonesia dan pengembangan kelembagaan promosi.
- h. Inspektorat Jenderal sebagai pengawas internal di lingkungan Kementerian Perdagangan kinerja dan keuangan melalui audit, reviu, evaluasi, pemantauan, dan kegiatan pengawasan lainnya.
- i. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi yang dipimpin oleh kepala badan dan bertanggung jawab langsung kepada menteri. Badan ini bertugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan, pembinaan, dan pengawasan perdagangan berjangka komoditi, sistem resi gudang, dan pasar lelang komoditas.
- j. Badan Kebijakan Perdagangan dipimpin kepala badan di bawah Menteri. Badan ini bertugas menyelenggarakan analisis dan pemberian rekomendasi kebijakan di bidang perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- k. Staf-staf Ahli Bidang Pengamanan pasar, Manajemen dan Tata Kelola, Hubungan Internasional, bidang Iklim Usaha dan Hubungan Antar Lembaga. Setiap bidang memiliki tugas memberikan rekomendasi terhadap isu-isu strategis.

C. Sejarah Pembentukan Hukum PLB di Indonesia

Penjualan langsung berjenjang merupakan salah satu model dari kegiatan perdagangan yang pengaturannya tercakup dalam Hukum Dagang. Hukum Dagang di Indonesia mengalami perjalanan sejarah yang panjang dan dinamis hingga berlakunya UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan) yang kemudian diubah sebagian ketentuan Pasal-Pasalnya dengan

berlakunya UU Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja).

UU Perdagangan merupakan produk hukum nasional pertama di sektor perdagangan setelah sekitar 30-an tahun sebelumnya masih mewarisi produk hukum Kolonial Belanda yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau KUHPerdata (*Burgerlijk Wetboek voor Indonesie*) *Staatsblaad* nomor 23 tahun 1847, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang atau KUHD (*Wetboek van Koophandel (WvK) Staadblad* 1847 Nomor 23), dan *Bedrijfsreglementerings Ordonnantie* 1934 (*Staatblad* 1938 Nomor 86) atau Undang-Undang Pengaturan Perusahaan 1934 yang biasa dikenal dengan BRO 1934.⁷³ KUHPerdata, KUHD maupun BRO 1934 berlaku pada masa Penjajahan Belanda berdasarkan atas konkordansi dan terus digunakan pascakemerdekaan RI demi mengatasi kekosongan hukum dengan berlandaskan pada ketentuan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945.⁷⁴ Ketiga Peraturan ini terus digunakan dan sebagian dilengkapi atau diubah dengan peraturan lain seperti peraturan tentang pergudangan dan peraturan tentang barang dan perdagangan barang.⁷⁵ Namun semua peraturan tersebut belum memuat secara khusus norma hukum penjualan langsung berjenjang, meskipun bisnis ini sudah berkembang di Indonesia sejak era 1980-an.⁷⁶

⁷³ BRO 1934 merupakan produk hukum yang setara undang-undang di bidang perdagangan yang lebih banyak mengatur perizinan usaha. Baca: penjelasan Umum UU Perdagangan.

⁷⁴ Ramlan, *Intisari Pengantar Hukum Dagang I*, 9.

⁷⁵ Evelyb Hutami Gunawarman, "Analisa Undang-Undang Perdagangan dan Permendag No. 32/2008 Terhadap Praktik Usaha Multi-Level Marketing di Indonesia" Volume XV, No. 3-March 2016 (2016): 299, <https://ojs.uph.edu/index.php/LR/issue/view/134>.

⁷⁶ Menurut Wuryando (2012), Perusahaan MLM di Indonesia yang pertama pada tahun 1986 adalah PT. Nusantara Sun Chlorella Tama yang kemudian berganti menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang yang sekarang lebih dikenal dengan nama CNI. Perusahaan ini berdiri di Bandung dan melakukan ekspansi ke negara tetangga seperti Malaysia, Hongkong dan Amerika. Pada saat itu belum ada Undang-Undang yang mengatur tentang MLM. MLM yang ada berkembang hanya menggunakan kode etik yang diorganisir oleh Asosiasi Penjual Langsung Indonesia yang sudah terbentuk tahun 1984. Dikutip oleh Iwan Fahri Cahyadi, "Strategi Repositioning Bisnis Multi Level Marketing dan Tinjauan dari Prespektif Syariah," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7, no. 1 (2019): 116; "APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia."

Pembentukan hukum penjualan langsung berjenjang di Indonesia dapat diklasifikasikan dalam dua periode, yaitu periode regulasi dan periode legislasi.

1. Periode Regulasi

Perhatian pemerintah terhadap perkembangan bisnis penjualan langsung berjenjang sebagai salah satu sistem pemasaran barang dan/atau jasa mulai serius dengan diberlakukannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Langsung Berjenjang (Kepmenperindag 73/2000). Keputusan Menteri ini ditetapkan dan mulai berlaku pada tanggal 20 Maret 2000,⁷⁷ dengan tujuan menciptakan tertib usaha dan kepastian hukum perlindungan konsumen bisnis penjualan langsung berjenjang yang ada di Indonesia.⁷⁸ Kepmenperindag ini terdiri dari 10 bab dan 23 Pasal, yang muatan normanya masih terbatas tentang perizinan (Izin Usaha Penjualan Berjenjang atau IUPB)⁷⁹, aspek hukum perjanjian antara perusahaan dan mitra/anggota, dan sanksi administratif atas pelanggaran izin penjualan langsung. Untuk itu regulasi ini dianggap masih lemah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen yang dirugikan atas praktik-praktik skema piramida dan *money game* yang semakin marak, canggih dan beragam hingga mencapai ke pelosok-pelosok daerah.⁸⁰ Kelemahan regulasi ini adalah belum adanya ketentuan tentang sanksi pidana yang dapat membuat efek jera bagi pelaku usaha yang melakukan praktik skema piramida atau *money game* berkedok PLB.

⁷⁷ "JDIH Kemendag RI - Detail Peraturan," accessed February 13, 2022, <http://jdih.kemendag.go.id/peraturan/detail/1329/2>.

⁷⁸ Diktum menimbang pada Keputusan Menteri Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 73/MPP/Kep/3/2000 tentang Ketentuan Kegiatan Usaha Penjualan Langsung Berjenjang

⁷⁹ Sebelum regulasi ini terbit, perizinan penjualan langsung menggunakan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) untuk semua usaha penjualan sebagai usaha perdagangan retail, belum ada aturan tentang izin usaha khusus untuk penjualan langsung. "APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia."

⁸⁰ Anisa Anisa, "Perlindungan Hukum Terhadap Anggota Multi Level Marketing (MLM) dalam Investasi Melalui Sistem MLM," *Legal Opinion Journal:eArticle*, Tadulako University, 2017), 8, <https://www.neliti.com/publications/190452/>.

Ketentuan terkait perizinan usaha penjualan langsung itu kemudian diperbarui dengan ditetapkannya Peraturan Menteri Perdagangan No. 13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (Permendag 13/2006) dan dirubah kembali dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 32/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung (Permendag 32/2008). Aturan perizinan penjualan langsung diperluas, tidak hanya untuk *multilevel marketing* sebagaimana yang diatur dalam Kepmenperindag 73/2000, dan produk layananannya diganti menjadi Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) untuk perusahaan nasional.⁸¹

Dalam rangka pencegahan praktik *money game*, maka diatur besaran modal perusahaan *direct selling* dari semula minimal Rp500 juta⁸² menjadi minimal Rp2 miliar (perusahaan dalam negeri) dan Rp5 miliar (perusahaan asing).⁸³ Kedua regulasi ini sama dalam mengatur batasan bonus atau komisi dari nilai jual barang dan/atau jasa tidak lebih dari 40% dengan tujuan agar perusahaan tidak memberikan bonus sebesar-besarnya hanya untuk merekrut anggota yang justeru mengarah pada praktik skema piramida atau *money game*.⁸⁴ Seperti halnya Kepmenperindag 73/2000, Permendag 32/2008 ini pun memiliki kelemahan dalam memberikan perlindungan konsumen maupun pelaku usaha penjualan langsung berjenjang yang mengantongi SIUPL atas maraknya praktik *money game* berkedok PLB.

Selanjutnya pada tahun 2009 terjadi lagi pembaharuan Permendag 32/2008 namun lebih terfokus pada aspek kepemilikan modal asing dalam perusahaan penjualan langsung di Indonesia (Pasal 7), dengan batasan yang semula

⁸¹ Pada Permendag 13/2006 masa berlaku SIUPL terbagi atas SIUP sementara (1 tahun) dan SIUPL tetap (5 tahun dan dapat diperpanjang), sedangkan Permendag 32/2008 mengatur SIUPL tetap berlaku selama perusahaan masih berjalan.

⁸² Pasal 2 huruf b Permendag 13/2006

⁸³ Pasal 7 Permendag 32/2008

⁸⁴ Pasal 3 Permendag 32/2008

maksimal 60%⁸⁵ menjadi 95%⁸⁶. Perubahan ini dimuat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 47/M-DAG/PER/9/2009 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan No. 32/M-Dag/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan dengan Sistem Penjualan Langsung (Permendag 47/2009). Dalam Permendag 47/2009 ini nampak ada keberpihakan pemerintah terhadap pemodal asing dalam kegiatan usaha penjualan langsung di Indonesia dengan dalih mengacu pada perjanjian *World Trade Organization* (WTO) mengenai larangan diskriminasi terhadap perusahaan asing. Pada masa ini mulai semakin banyak perusahaan *direct selling* yang mengembangkan sayap bisnisnya di Indonesia dan tergabung sebagai anggota APLI ataupun AP2LI. Dalam hal ini, selain terkait permodalan, secara substantif norma hukum penjualan langsung berjenjang pada masa ini secara umum masih mengacu pada Permendag 32/2008.

2. Periode Legislasi

Upaya untuk memperkuat regulasi bidang perdagangan secara bertahap dilakukan pemerintah (eksekutif) dengan membuat Rancangan UU Perdagangan oleh Kementerian Perdagangan atas dorongan Komisi VI DPR RI.⁸⁷ Proses perancangan naskah akademik RUU Perdagangan telah dimulai sejak 1996 dan baru dapat diselesaikan pada bulan Juli 2012 yang kemudian diusulkan ke Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) pada tahun 2013.⁸⁸ Naskah

⁸⁵ Peraturan Presiden No. 77 Tahun 2007 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal.

⁸⁶ Peraturan Presiden No. 36 tahun 2010 tentang Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal yang merupakan revisi atas Peraturan Presiden No. 77 Tahun 2007.

⁸⁷ Laporan singkat Komisi VI tahun sidang 2009-2010 masa sidang II dalam Rapat Kerja dengan Menteri Perdagangan tanggal 25 Januari 2010. Setjen DPR RI, "Alat Kelengkapan Dewan - Dewan Perwakilan Rakyat," accessed June 14, 2022, <https://www.dpr.go.id/akd/index/id/Laporan-Singkat-Komisi-VI>.

⁸⁸ Menurut Erlangga Hartanto, Ketua Komisi VI DPR RI masa itu, pembahasan UU sektor Perdagangan Indonesia sudah dibahas selama kurun waktu 30 tahun, melewati 6 kali pergantian presiden dan beberapa kali pergantian Menteri Perdagangan, dan akhirnya baru dapat terwujud menjadi UU Perdagangan. Baca: "Belum Punya UU

akademik RUU Perdagangan tersebut diterima oleh Panitia Kerja (Panja) Komisi VI DPR RI dan dibahas dalam rapat pandangan mini fraksi pada tanggal 5 Februari 2014.⁸⁹

Selama proses legislasi di DPR RI, pembahasan RUU Perdagangan terjadi secara alot. Terdapat 438 Daftar Inventarisasi Masalah (DIM) yang diusulkan oleh fraksi-fraksi, dan 125 di antaranya sudah berhasil diselesaikan. Sisanya yaitu 313 DIM dibahas pada tingkat Panitia Kerja (Panja) yang diketuai oleh Aria Bima (F-PDI Perjuangan) yang beranggotakan 28 anggota DPR RI.⁹⁰ Pembahasan RUU Perdagangan dilakukan sebanyak 5 kali dan 2 kali rapat intensif antara pemerintah dan DPR RI sepanjang tahun 2013.⁹¹

Selanjutnya dilakukan rapat kerja Panja pada tanggal 10 Februari 2014 dengan agenda mendengarkan pandangan fraksi-fraksi terhadap draf akhir RUU Perdagangan. Peserta yang hadir dalam rapat tersebut terdiri dari Ketua Komisi VI DPR Airlangga Hartarto, didampingi tiga wakilnya Aria Bima selaku ketua Panja, Erik Satria Wardana (F-Hanura), Azam Azman (F-Partai Demokrat), dihadiri pula oleh Menteri Hukum dan HAM Amir Syamsuddin, Wakil Menteri Perdagangan Bayu Krisnamukthi, dan perwakilan dari Kementerian Keuangan.⁹² Semua yang perwakilan fraksi tersebut menilai RUU perdagangan telah sesuai arah cita-cita negara mewujudkan negara yang adil dan makmur, dapat mengurai masalah perdagangan tanah air, dan menyambut gembira pembentukan

Perdagangan, RI Masih Pakai Warisan Belanda," merdeka.com, January 29, 2014, <https://www.merdeka.com/uang/belum-punya-uu-perdagangan-ri-masih-pakai-warisan-belanda.html>; Kementerian Perdagangan Republik, "Indonesia Trade Insight, Publikasi Internal Kementerian Perdagangan," Edisi Perdana 2014, 16-17, <http://www1.kemendag.go.id/id/publikasi-perdagangan>.

⁸⁹ "Belum Punya UU Perdagangan, RI Masih Pakai Warisan Belanda."

⁹⁰ BeritaSatu.com, "Panja DPR Kebut Pembahasan RUU Perdagangan," beritasatu.com, November 28, 2013, <https://www.beritasatu.com/ekonomi/152510/panja-dpr-kebut-pembahasan-ruu-perdagangan>.

⁹¹ "Mengintip Isi Rancangan Undang-undang Perdagangan," detikfinance, accessed June 13, 2022, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2492424/mengintip-isi-rancangan-undang-undang-perdagangan>.

⁹² Setjen DPR RI, "Panja Komisi VI Setujui RUU Perdagangan," accessed June 9, 2022, <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/7580>.

Komisi Perdagangan Nasional yang diatur dalam RUU Perdagangan.⁹³

Terakhir pada hari Selasa tanggal 11 Februari 2014 Pukul 11.05 s.d 12.20 WIB digelar Rapat Paripurna DPR RI ke-18 masa sidang III tahun 2014 yang diketuai oleh Dr. Ir.H. Pramono Anung Wibowo, MH selaku Wakil Ketua/Korinbang dalam rapat tersebut. Rapat ini dihadiri oleh 283 dari seluruh unsur fraksi dan dianggap memenuhi kuorum, dan dihadiri oleh Menteri Hukum dan HAM dan Wakil Menteri Perdagangan dan jajaran pemerintah lainnya. Salah satu agenda rapat tersebut mengenai pembicaraan tingkat II atau pengambilan keputusan terhadap RUU tentang Perdagangan,⁹⁴ Dalam Risalah Resmi Sidang Paripurna tersebut tergambar suara bulat semua fraksi menyambut dengan penuh optimis perbaikan sistem perdagangan nasional dan menilai bahwa RUU Perdagangan mengandung dan menitikberatkan semangat nasionalisme, yang semula dinilai liberal.⁹⁵ Peserta rapat yang menyampaikan komentar di antaranya:⁹⁶

- a. Ir. M. Lukman Edy, M.Si (F-KB) yang menolak Pasal 87 terkait pemberian preferensi perdagangan unilateral kepada negara kurang berkembang. Menurut ketua rapat pun mengatakan: "...intinya memberikan catatan atau *minder head note* terhadap satu pasal dan memberikan kesempatan untuk disahkan undang-undang ini".

⁹³ RI.

⁹⁴ Setjen DPR RI, "Sekretariat Jenderal DPR RI - Dewan Perwakilan Rakyat," accessed June 9, 2022, <https://www.dpr.go.id/setjen/index/id/Risalah-Rapat-BAGIAN-PERSIDANGAN-PARIPURNA>.

⁹⁵ Kritikan ini disampaikan oleh Lembaga swadaya masyarakat Indonesia for Global Justice (IJ), Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI), dan Gerak Jalan dan menolak RUU Perdagangan pada selasa 04/02/2014. Mereka menilai materi RUU lebih mengakomodasi klausula-klausula World Trade Organization (WTO) dan perjanjian AFTA daripada kepentingan nasional.

FNH, "Belum Disahkan, RUU Perdagangan Mulai Ditolak," hukumonline.com, accessed June 9, 2022, <https://www.hukumonline.com/berita/a/belum-disahkan-ruu-perdagangan-mulai-ditolak-lt52f1b0e385a68/>.

⁹⁶ "Risalah Resmi Rapat Paripurna Ke-18 11 Februari 2014," n.d., <https://www.dpr.go.id/setjen/index/id/Risalah-Rapat-BAGIAN-PERSIDANGAN-PARIPURNA>.

- b. H. Sutan Sukarnotomo (F-PD) yang mempertanyakan Bab 2 Pasal 2 mengenai kepastian hukum, Pasal 4 mengenai standarisasi, dan Pasal 24 ayat (11) mengenai perizinan usaha perdagangan yang melibatkan daerah kabupaten. Ketua rapat menjawab: "nanti pimpinan fraksi Demokrat yang akan menjelaskan kepada anggotanya".
- c. Hj. Sadarestuwati, SP., M.MA (F-PDI-P) memberikan masukan agar RUU perdagangan disingkronisasikan dengan UU Perlindungan Produk Pertanian untuk membatasi impor produk pertanian. Ketua rapat menanggapi: "baik, yang disampaikan catatan juga, nanti akan kita lihat singkronisasinya".
- d. H. Sarifuddin Sudding, SH., MH. (F-Hanura) mengkritik Bab 15 Pasal 97 menyangkut pembentukan komite perdagangan nasional yang dinilainya tidak efisien; dan ayat (3) Pasal 97 tentang kewenangan penyelidikan tindakan anti *dumping* dan tindakan imbalan yang menurutnya perlu diperjelas karena bertentangan dengan *do process of law*.

Selama rapat tersebut, tidak ditemukan adanya pembahasan yang menyenggung sektor perdagangan yang berbasis syariah, baik dari Ketua Komisi IV (Ir. Airlangga Hartarto, MMt., MBA/Fraksi Partai Golkar) dalam penyampaian laporannya, maupun dari peserta rapat yang hadir.

UU ini menjadi produk hukum nasional pertama di bidang perdagangan setelah sekian lama menggunakan produk hukum kolonial Belanda, di samping sebagai upaya harmonisasi beberapa UU yang mengatur secara terpisah namun memiliki keterkaitan dengan perdagangan. Dengan lahirnya UU Perdagangan ini, beberapa peraturan sebelumnya dicabut dan tidak berlaku lagi (Pasal 117 dan 118), salah satunya adalah *Bedrijfsreglementerings Ordonnantie* 1934 (*Staatblad* 1938 Nomor 86) atau Undang-Undang Pengaturan Perusahaan 1934 yang biasa dikenal dengan BRO 1934. UU ini merupakan *lex*

speciali dari KUHD, yang mengatur tentang organ, perizinan, dan kegiatan perusahaan.

UU Perdagangan ini memuat banyak aspek mulai perdagangan biasa hingga perdagangan dengan sistem elektronik. Ketentuan tentang penjualan langsung berjenjang sebagai bagian dari sistem distribusi barang dicantumkan pada Pasal 7 (3), 8, 9, 10, 11, dan 105.⁹⁷ Dalam UU Perdagangan ini menggunakan kata “distribusi” dan membatasi objeknya berupa “barang” saja sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 angka 11 bahwa “distribusi adalah kegiatan penyaluran barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen. Secara harfiah penggunaan kata distribusi lebih luas maknanya dibanding penjualan, di mana penjualan merupakan salah satu bentuk perbuatan mendistribusikan barang”. Begitu pun dalam peraturan turunannya menggunakan istilah distribusi barang (Pasal 11), yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 22/M-DAG/PER/3/2016 tentang Ketentuan Umum Distribusi Barang (Permendag 22/2016) sebagaimana diubah menjadi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 66 Tahun 2019 (Permendag 66/2019) dan ditambah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung (Permendag 70/2019). Dengan adanya Permendag 70/2019 maka Permendag 32/2008 dan Permendag 47/2009 yang sebelumnya mengatur tentang Penjualan Langsung Berjenjang dinyatakan dicabut dan tidak berlaku lagi.

Permendag 70/2019 memuat beberapa aturan baru di antaranya terkait sistem perizinan usaha di bidang penjualan langsung yang dilakukan secara elektronik melalui *Online Single Submission* (OSS) yang terintegrasi melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM),⁹⁸ dan mengubah SIUPL menjadi

⁹⁷ Sebagian redaksi/isi Pasal-pasal ini berasal dari usulan API yang jauh sebelum tahun 2006 telah turut memperjuangkan agar Indonesia mempunyai undang-undang tersendiri untuk memerangi praktik-praktik *money game*. “Rekam Jejak Menuju Lahirnya Pasal Anti Piramida,” Rekam Jejak Menuju Lahirnya Pasal Anti Piramida, accessed February 11, 2022, <https://www.apli.or.id/detail/14/rekam-jejak-menuju-lahirnya-pasal-anti-piramida>.

⁹⁸ Sesuai Ketentuan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (PP 24/2018)

SIUP dengan Klasifikasi Kaku Lapangan Usaha (KBLU) tertentu yaitu 47999 (Pasal 1 angka 14). Masa berlaku SIUP ditentukan selama perusahaan menjalankan kegiatan usaha penjualan langsung (Pasal 19). Selain itu Permendag 70/2019 menambah larangan penjualan langsung melalui *market place* (Pasal 21 huruf l) dan memperjelas kriteria skema piramida (Pasal 30 juncto Pasal 21 huruf k) yang telah diatur ancaman hukumannya dalam Pasal 105 UU Perdagangan berupa pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 10 miliar.

Pada tahun 2020 pemerintah melakukan pembaharuan hukum multisektor melalui UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) dengan tujuan mendorong investasi, mempercepat transformasi ekonomi, menyelaraskan kebijakan pusat-daerah, memberi kemudahan berusaha, mengatasi masalah regulasi yang tumpang tindih, serta untuk menghilangkan ego sektoral.⁹⁹ UU Perdagangan adalah salah satu sektor yang diperbaharui tatanan norma hukumnya melalui UU Cipta Kerja tersebut. Revisi UU Perdagangan tertuang dalam Paragraf 8 Pasal 46 UU Cipta Kerja, terdiri dari 34 Pasal yang diubah, Pasal 49 UU Perdagangan dihapus, dan disisipkan Pasal 77A. Salah satu revisi yang terkait distribusi barang adalah pada aspek otoritas lembaga yang menetapkan regulasinya. Pasal 11 UU Perdagangan menyebutkan bahwa ketentuan tentang distribusi barang diatur dalam Peraturan Menteri, yang kemudian diubah menjadi diatur dalam Peraturan Pemerintah sebagaimana tercantum dalam Pasal 46 angka 2 UU Cipta Kerja yang mengubah Pasal 11 jo. Pasal 24 UU Perdagangan. Al hasil terbitlah Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perdagangan (PP 29/2021).¹⁰⁰ Pengaturan sistem penjualan langsung berjenjang

⁹⁹ "UU Cipta Kerja Permudah Investasi di Indonesia," BKPM, accessed February 16, 2022, <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/uu-cipta-kerja-berikan-jalan-mudah-untuk-berinvestasi-di-indonesia>.

¹⁰⁰ PP ini mencabut 2 peraturan sebelumnya yaitu Perpres No. 63 Tahun 2018 tentang Penetapan dan Pendaftaran Barang Terkait dengan Keamanan, Keselamatan, Kesehatan dan Lingkungan Hidup dan Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan

dalam PP 29/2021 ini tertuang pada Pasal 1 (angka 20, 21, 22, 24, 29, 30, 31, dan 32), Pasal 42 hingga Pasal 55. Hal-hal yang terkait dengan sanksi Pidana atas praktik skema piramida tetap mengacu pada Pasal 105 UU Perdagangan.

Perubahan signifikan dalam PP 29/2021 ini meliputi: batasan jumlah komisi dan/atau bonus dan dihapusnya keterlibatan asosiasi penjualan langsung dalam melakukan verifikasi perizinan usaha penjualan langsung. Dua hal tersebut dapat dijelaskan berikut: *Pertama*, Pasal 48 huruf e jucto Pasal 49 PP 29/2021 mengatur bahwa pemberian komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil kegiatan penjualan barang yang dilakukan oleh penjual langsung dan jaringannya sesuai yang perjanjian adalah paling banyak 60% (enam puluh persen) dari omzet perusahaan. Ketentuan ini justeru memungkinkan perusahaan penjualan langsung berjenjang menetapkan harga lebih tinggi kepada konsumen, sedangkan pada regulasi sebelumnya dibatasi tidak lebih dari 40% (empat puluh persen) dari nilai jual barang. *Kedua*, dalam proses perizinan usaha penjualan langsung biasanya Asosiasi penjualan langsung seperti APLI dan AP2LI dilibatkan dalam melakukan verifikasi *marketing plan* dan kode etik perusahaan penjualan langsung (Pasal 8 ayat (3) dan Pasal 9 ayat (4) Permendag 70/2019), maka dalam PP 29/2021 ini hal itu tidak dicantumkan lagi sesuai dengan adanya ketentuan dari Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP 5/2021). Sehingga diharapkan proses

dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, serta mengubah PP No.33 Tahun 2019 tentang Pengenaan Sanksi Administratif kepada Pemilik Gudang yang Tidak Melakukan Pendaftaran Gudang. "PP No. 29 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan [JDIH BPK RI]," accessed February 10, 2022, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161870/pp-no-29-tahun-2021>; PP 29/2021 masih berlaku meskipun UU Cipta Kerja sedang dalam masa tenggang 2 (dua) tahun perbaikan pascaputusan Mahkamah Konstitusi Nomor 91/PUU-XVIII/2020 yang menyatakan bahwa UU Cipta Kerja Inkonstitusional bersyarat. Ini sesuai bunyi diktum keempat pada amar putusan terhadap pokok permohonan yang menyatakan UU Cipta Kerja masih tetap berlaku sampai dengan dilakukan perbaikan pembentukan sesuai dengan tenggang waktu sebagaimana yang telah ditentukan dalam putusan "Putusan | Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia," accessed February 10, 2022, <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Putusan&id=1&kat=1&cari=91%2FPUU-XVIII%2F2020>.

perizinan berjalan lebih cepat sesuai dengan tujuan UU Cipta kerja untuk memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, meningkatkan investasi, dan dapat membuka lapangan kerja lebih luas bagi masyarakat khususnya di sektor bisnis *multilevel marketing* ini.

D. Sistem Perizinan dan Pengawasan PLB

UU Perdagangan dan peraturan pelaksananya memuat sejumlah norma¹⁰¹ hukum yang menjadi landasan penyelenggaran perizinan dan pengawasan kegiatan usaha PLB di Indonesia. UU Perdagangan mengatur distribusi barang melalui sistem penjualan langsung baik single level ataupun multilevel kepada konsumen merupakan bagian dari penyelenggaraan perdagangan di dalam negeri (Pasal 7 ayat (1) dan (2)). Para pelaku dilarang menerapkan skema piramida dalam mendistribusikan barang khususnya ditujukan pada sistem penjualan langsung berjenjang (Pasal 9). Seterusnya aktifitas penjualan langsung ini diarahkan agar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan serta etika ekonomi dan bisnis dalam rangka tertib usaha (Pasal 10).

Pemerintah melalui Menteri Perdagangan bertugas menetapkan sistem perizinan dan melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan kegiatan di bidang perdagangan, termasuk usaha distribusi barang secara langsung atau PLB.¹⁰² Berikut ini uraian norma hukum dalam sistem perizinan dan pengawasan dalam regulasi perdagangan nasional yang berlaku saat ini.

¹⁰¹ Norma adalah aturan atau ketentuan yang mengikat warga kelompok dalam masyarakat, dipakai sebagai panduan, tatanan, dan pengendali tingkah laku yang sesuai dan berterima; aturan, ukuran, atau kaidah yang dipakai sebagai tolok ukur untuk menilai atau memperbandingkan sesuatu. "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed June 9, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/norma>; Ada berbagai norma yang berlaku di masyarakat yaitu norma adat, norma agama, norma kesusilaan, dan norma hukum. Adapun norma hukum merupakan aturan yang bersifat mengikat setiap orang yang pelaksanaannya dapat dipertahankan dengan segala paksaan oleh alat-alat negara untuk melindungi kepentingan manusia dalam pergaulan masyarakat. Marwan and Jimmy P., *Kamus Hukum* (Surabaya: Reality Publisher, 2009), 456.

¹⁰² Pasal 93 huruf d dan h UU Perdagangan dan Pasal 52 PP 29/2021

1. Ketentuan Perizinan PLB

Perizinan perusahaan PLB diatur secara teknis dalam Permendag 70/2019 yang merupakan amanat Pasal 24 ayat (4) UU Perdagangan. Dengan adanya UU Cipta Kerja yang merubah beberapa Pasal dalam UU Perdagangan, maka landasan hukum perizinan PLB yang berlaku kini adalah Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perdagangan (PP 29/2021) Pasal 43 sampai dengan Pasal 50, dan Permendag 70/2019 masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan PP 29/2021 tersebut.¹⁰³ Secara enumeratif, norma-norma hukum yang mengatur perizinan PLB dalam regulasi tersebut sebagaimana sajian tabel berikut:

¹⁰³ Ketentuan Penutup pada Pasal 177 PP 29/2021

Tabel 2.1.
Norma Hukum Perizinan Usaha PLB

UU Perdagangan	UU Cipta Kerja
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasal 5 ayat (4): perizinan merupakan salah satu upaya pengendalian perdagangan dalam negeri 2. Pasal 7 ayat (1): distribusi barang secara langsung dan tidak langsung 3. Pasal 7 ayat (3): distribusi barang secara langsung terdiri atas <i>single level</i> atau <i>multilevel</i> 4. Pasal 8: hak distribusi ekslusif hanya untuk penjual resmi yang terdaftar sebagai anggota Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung (APLI atau AP2LI) 5. Pasal 24 ayat (1): Kewajiban pelaku usaha perdagangan memiliki perizinan di bidang perdagangan yang diberikan Menteri perdagangan. 6. Pasal 24 ayat (4): perizinan perdagangan diatur dengan Peraturan Menteri 7. Pasal 93 huruf d dan h: pemerintah bertugas menetapkan sistem perizinan dan melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan di bidang perdagangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasal 26: perdagangan sebagai salah satu sektor dalam perizinan berusaha 2. Paragraf 8 Pasal 46 angka 3 (perubahan Pasal 14 UU Perdagangan), dan angka 6 (perubahan Pasal 24 UU Perdagangan: Peizinan usaha PLB diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Permendag 70/2019	Norma	PP 29/2021	Norma
Pasal 3 ayat (2)	PLB berupa <i>single marketing</i> atau <i>multilevel marketing</i>	Pasal 1 angka 23-24	Definisi penjualan langsung secara <i>single level</i> dan <i>multilevel marketing</i>
Pasal 1 angka 7 Pasal 4	Perusahaan PLB berbentuk Perseroan Terbatas Memiliki izin di bidang penjualan langsung dari instansi dan/atau lembaga yang berwenang	Pasal 1 angka 21 Pasal 50	Perusahaan PLB berbentuk Perseroan Terbatas Memiliki Perizinan Berusaha sebagai Perusahaan Penjualan Langsung.
Pasal 5	Perusahaan PLB harus memenuhi kriteria: punya hak distribusi ekslusif (Pasal 6 dan 7); program pemasaran Pasal 8); kode etik (Pasal 9); perekutan penjual langsung melalui sistem jaringan; penjualan secara langsung kepada konsumen melalui jaringan yang dikembangkan oleh penjual langsung	Pasal 43	Isi norma sama dengan Pasal 5 Permendag 70/2019
Pasal 17	Jumlah komisi dana/atau bonus untuk member paling banyak 40% dari omset perusahaan (syarat program pemasaran)	Pasal 49	Jumlah komisi dan/atau bonus untuk member paling banyak 60% dari omset perusahaan (syarat program pemasaran)

Berdasarkan sebaran Pasal dalam regulasi di atas, terdapat beberapa syarat dan prosedur perizinan usaha PLB.

Pertama, syarat utama untuk mendapatkan izin usaha PLB adalah Perusahaan penjualan langsung harus berbadan hukum Perseroan Terbatas.¹⁰⁴ Pendirian Perseroan Terbatas mengacu pada ketentuan UU PT. Perusahaan harus memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP),¹⁰⁵ dengan persyaratan berikut:¹⁰⁶

- a. Syarat mendapatkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yaitu:¹⁰⁷
 - 1) Memiliki hak distribusi ekslusif yang didapat dari perjanjian atau kepemilikan hak atas merek dagang.¹⁰⁸
 - 2) Mempunyai program pemasaran (*marketing plan*), dengan ketentuan harus mencantumkan informasi paling sedikit mengenai:¹⁰⁹
 - a) Profil singkat perusahaan (nama, alamat, nomor telepon, alamat e-mail dan alamat situs web);
 - b) Daftar dan profil barang yang setidaknya menerangkan nomor dan jenis izin edar barang yang diwajibkan, gambar, harga jual dan manfaat barang;
 - c) Jenis *marketing plan*¹¹⁰ yang digunakan misalnya dua jaringan (*binary system*)¹¹¹, tiga jaringan (*threenary system*) dan empat jaringan (*fournary system*) dan lain sebagainya;
 - d) Biaya pendaftaran calon penjual langsung/member;
 - e) Isi alat bantu penjualan (*starter kit*), guna memastikan kesetaraan nilainya dengan biaya pendaftaran;

¹⁰⁴ Pasal 1 angka 7 Permendag 70/2019 atau Pasal 1 angka 21 PP 29/2021

¹⁰⁵ Pasal 4 Permendag 70/2019 atau Pasal 50 PP 29/2021

¹⁰⁶ Pasal 43 ayat (1) PP 29/2021 atau Pasal 5 Permendag 70/2019

¹⁰⁷ Pasal 4 Permendag 70/2019 atau Pasal 50 PP 29/2021

¹⁰⁸ Pasal 6 dan 7 Permendag 70/2019 atau Pasal 44 PP 29/2021

¹⁰⁹ Pasal 8 Permendag 70/2019 atau Pasal 43 ayat (2) PP 29/2021

¹¹⁰ Anestis Fotiadis, Claudel Mombeuil, and Nataša Slak Valek, "Designing and Implementing a Marketing Plan," in *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, ed. Marios Sotiriadis (Emerald Publishing Limited, 2018), 300, <https://doi.org/10.1108/978-1-78743-529-220181023>.

¹¹¹ Ann et al., "Binary Compensation Plan of Existing Multilevel Network Marketing Organizations," 4–5.

- f) Alur penjualan barang dari perusahaan hingga sampai kepada konsumen;
 - g) Jenis, perhitungan serta jumlah komisi dan/atau bonus yang diberikan kepada penjual langsung/*member* yang dibuat dalam mata uang rupiah. Hal ini penting untuk mengecek rasionalitas dan kesebandingan antara usaha penjualan produk oleh penjual langsung/*member* dengan komisi dan atau bonus yang akan diberikan perusahaan. Jumlah komisi dan/atau bonus yang diberikan kepada penjual langsung/*member* menurut Permendag 70/2019 adalah 40% (empat puluh persen) dari omzet perusahaan kemudian diubah dalam PP 29/2021 menjadi 60% (enam puluh persen) dari omzet perusahaan;¹¹²
 - h) Simulasi perhitungan komisi dan/atau bonus kepada penjual langsung hingga tingkat jaringan tertentu;
 - i) Syarat dan ketentuan dalam mendapatkan komisi dan/atau bonus;
 - j) Jadwal pembayaran komisi dan/atau bonus.
- 3) Memiliki kode etik perusahaan yang harus dibuat dalam bahasa Indonesia dan memuat ketentuan minimal tentang: persyaratan menjadi penjual langsung/*member*; prosedur pendaftaran member; masa berlaku keanggotaan; hak dan kewajiban perusahaan; hak dan kewajiban penjual langsung; program pembinaan bantuan pelatihan dan/atau fasilitas yang diberikan perusahaan penjual langsung; ganti rugi atas barang yang tidak sesuai dengan kualitas dan jenis yang diperjanjikan dan prosedurnya; larangan bagi penjual langsung; ketentuan sanksi; dan prosedur penyelesaian perselisihan.¹¹³
- 4) Melakukan perekrutan penjual langsung melalui sistem jaringan. Perusahaan wajib menyampaikan keterangan

¹¹² Pasal 17 Permendag 70/2019 dan Pasal 49 PP 29/2021

¹¹³ Pasal 43 ayat (3) PP 29/2021

- secara lisan dan tertulis dengan benar kepada calon penjual langsung/member minimal tentang lima hal berikut: identitas perusahaan; mutu dan spesifikasi barang; kondisi dan jaminan barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya; program pemasaran; dan kode etik;¹¹⁴
- 5) Melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen melalui jaringan yang dikembangkan oleh penjual langsung dengan ketentuan: barang yang dijual harus memiliki izin edar atau memenuhi standar mutu sesuai ketentuan perundang-undangan;¹¹⁵ dilarang melalui saluran distribusi tidak langsung dan/atau *online market place*;¹¹⁶

Semua persyaratan di atas menjadi dokumen pemenuhan komitmen yang akan diverifikasi dalam proses pangajuan izin usaha perdagangan di bidang penjualan langsung baik *single* ataupun *multilevel marketing*.

Kedua, prosedur pendaftaran izin usaha penjualan langsung saat ini mengacu pada ketentuan:

- a. UU Perdagangan;
- b. Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi secara Elektronik (PP 24/2018);
- c. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 77 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Integrasi secara Elektronik di Bidang Perdagangan (Permedag 77/2018);
- d. Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP 5/2021). Kegiatan usaha penjualan langsung termasuk dalam sektor perdagangan dalam negeri yang ditetapkan

¹¹⁴ Pasal 47 PP 29/2021

¹¹⁵ Pasal 48 huruf k PP 29/2021

¹¹⁶ Pasal 48 huruf l PP 29/2021

- berdasarkan analisis hasil risiko kegiatan usaha yang tercantum dalam Lampiran II;
- e. Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun tentang Penyelenggaraan Perdagangan (PP 29/2021); dan
 - f. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 26 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Kegiatan Usaha dan Produk pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Perdagangan (Permendag 26/2021).

Secara garis besar, prosedur pengajuan SIUP Penjualan langsung sebagai berikut:¹¹⁷

- a. Permohonan SIUP KBLI 47999¹¹⁸ diajukan melalui portal *Online Single Submission (OSS)*¹¹⁹;
 - b. Kementerian Perdagangan terlebih dahulu menverifikasi pemenuhan komitmen yang diwajibkan bagi perusahaan PLB agar berlaku efektif. Dokumen yang akan diverifikasi tersebut diunggah dalam portal OSS terdiri dari:¹²⁰
- 1) Program Pemasaran yang dilengkapi dengan hasil verifikasi oleh asosiasi di bidang penjualan langsung;

¹¹⁷ "APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia"; "AP2LI," accessed June 17, 2022, <https://www.ap2li.or.id/pengurusan-siupl>.

¹¹⁸ Kegiatan Penjualan langsung dikelompokkan dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020 47999, yaitu bidang usaha perdagangan eceran barang lainnya yang selain kelompok 47991 s.d. 47998 yang dilakukan dengan cara menjajakannya berkeliling dan tidak mempunyai tempat yang tetap atau menjualnya mendatangi rumah masyarakat/langgan.

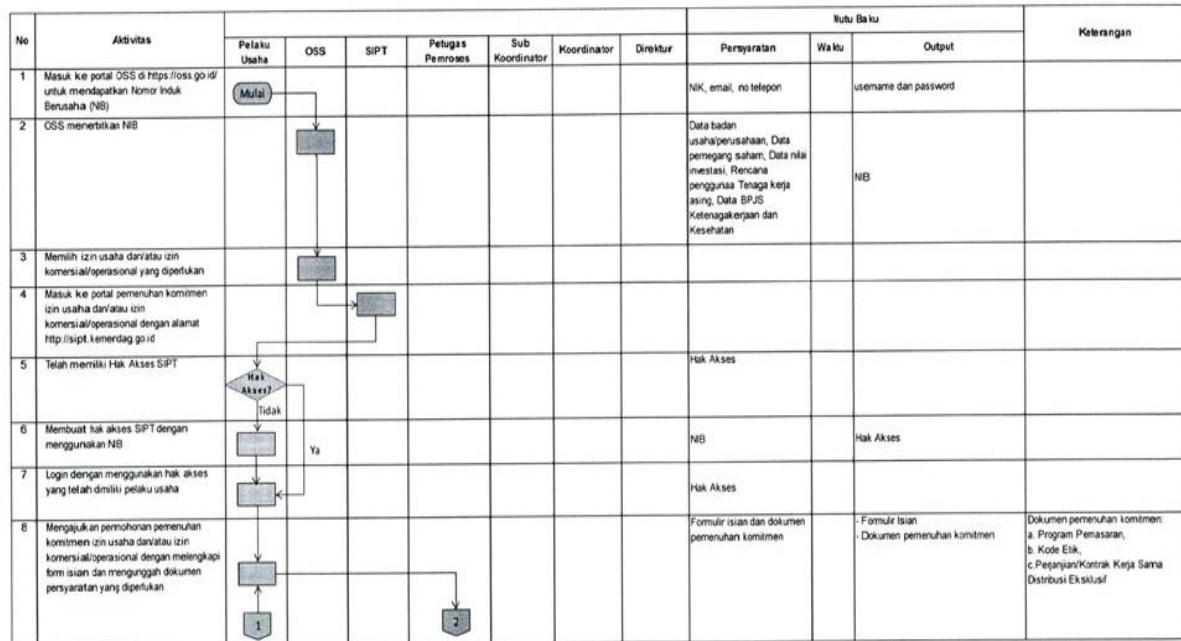
¹¹⁹ Untuk mempercepat pelaksanaan berusaha di Indonesia, pemerintah pada tanggal 26 september 2017 telah mengeluarkan Perpres Nomor 91 Tahun 2017 tentang percepatan Pelaksanaan Berusaha melalui instrumen pembentukan satuan tugas di Kementerian/Lembaga, Pemerintah Daerah provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota yang bertugas mengawal pelaksanaan investasi/berusaha dan membantu penyelesaian perizinan yang diperlukan, membolehkan investor/pelaku usaha yang akan melakukan kegiatan dikawasan Ekonomi khusus, kawasan Industri, kawasan strategis Pariwisata Nasional dan perdagangan bebas serta pelabuhan bebas menunda perizinan tertentu, menyederhanakan regulasi dan memudahkan birokrasi perizinan berusaha, menggunakan data/dokumen bersama dalam perizinan berusaha serta meyakinkan pengajuan, proses, dan pengeluaran perizinan berusaha melalui sistem pengelolaan perizinan secara terpadu secara elektronik atau disebut OSS.

¹²⁰ Program pemasaran dan kode etik bersifat wajib diunggah, sedangkan dua dokumen selebihnya hanya bersifat opsional. "Sistem Informasi Perizinan Terpadu - Direktorat Jenderal Perdagangan dalam Negeri | Kementerian Perdagangan Republik Indonesia," accessed July 13, 2022, <https://sipt.kemendag.go.id/portal/izin>.

- 2) Kode etik dan peraturan perusahaan;
 - 3) Kontrak kerja sama atau surat penunjukan apabila perusahaan mendapatkan barang dari perusahaan lain; dan
 - 4) Surat izin atau pendaftaran lainnya dari instansi teknis untuk barang tertentu yang ketentuannya telah diatur dalam perundang-undangan.
- c. Apabila verifikasi tidak dapat dilakukan karena adanya ketidaksesuaian dengan aturan PP 29/2021 mengenai komisi dan/atau bonus dan jenis barang misalnya berupa barang tidak berwujud/digital/*software*, maka Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi dapat meminta perusahaan pemohon SIUP KBLI 47999 untuk mempresentasikan Program Pemasarannya yang akan diselenggarakan paling lambat 5 (lima) hari kerja setelah adanya penolakan proses pemenuhan komitmen. Undangan presentasi akan disampaikan melalui *e-mail* yang didaftarkan pemohon. Apabila diperlukan, pada saat presentasi, Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi dapat mengundang asosiasi di bidang penjualan langsung (APLI atau AP2LI) untuk turut hadir dalam presentasi program pemasaran
- d. Apabila seluruh dokumen telah diverifikasi dan telah lengkap dan benar, maka Kementerian Perdagangan mengirim email berupa lampiran daftar produk yang merupakan SIUP KBLI 47999 / SIUPL kepada perusahaan pemohon.

Keseluruhan proses perizinan yang telah dijelaskan di atas tergambar dalam *Standart Operating Procedur* (SOP) pelayanan pemenuhan komitmen SIUP bidang penjualan langsung sebagaimana bagan *flowchart* di bawah ini:

Bagan 2.2. SOP Pelayanan Pemenuhan Komitmen SIUP bidang Penjualan Langsung Secara Elektronik¹²¹



121 "AP2LI."

No	Aktivitas	Mutu Baku								Keterangan	
		Pelaku Usaha	OSS	SIPT	Pengawas Pemroses	Sub Koordinator	Koordinator	Direktur	Persyaratan	Waktu	
9	Melakukan verifikasi terhadap kelengkapan dokumen yang telah diunggah	1			2	Sesuai?	Ya		Formulir isian dan dokumen persyaratan perizinan	Draft Surat Pemenuhan Komitmen	Waktu SLA Dimulai
10	Menerima notifikasi ketidak lengkapan dokumen persyaratan dan/atau ketidak sesuaian isian form, dapat melakukan permohonan kembali				Tidak						Pemerintahan bahwa pemenuhan komitmen disponsori atau tidak disertai dengan asuhan pelatihan - Apabila dipenuhi, pelaku usaha dapat diminta untuk melakukan presentasi atas program pemasarannya. - Dalam presentasi tersebut, Kemendag turut mengundang asosiasi di bidang penyaluran dan pengelolaan komoditi dan memerlukan pertimbangannya. - Presentasi akan diselesaikan dalam jangka waktu 5 hari kerja setelah pendakian
11	Verifikasi terhadap kebenaran dokumen persyaratan yang telah diunggah				Tidak	Sesuai?	Ya		Draft Surat Pemenuhan Komitmen	Draft Surat Pemenuhan Komitmen	
12	Validasi terhadap kebenaran dokumen persyaratan yang telah diunggah				Tidak	Sesuai?	Ya		Draft Surat Pemenuhan Komitmen	Draft Surat Pemenuhan Komitmen	
13	Menyetujui kelengkapan dan kebenaran dokumen persyaratan yang diunggah				Tidak	Sesuai?	Ya		Draft Surat Pemenuhan Komitmen	Draft Surat Pemenuhan Komitmen	Waktu SLA Berakhir
14	Surat Pemenuhan Komitmen yang telah disetujui akan diberikan QR Code dan Digital Signature									Surat Pemenuhan Komitmen	
15	Mengirim Surat Pemenuhan Komitmen ke OSS dan menotifikasi kepada pelaku usaha melalui email bahwa telah selesai										
16	Menerima izin usaha dan/atau izin komersial/operasional yang telah memenuhi komitmen									Izin usaha dan/atau izin komersial/operasional yang telah memenuhi komitmen	
					Selesai						

2. Ketentuan Pengawasan PLB

Pengawasan secara bahasa bermakna penilikan atau penjagaan.¹²² Dalam konteks perdagangan, pengawasan dilakukan untuk memastikan kegiatan perdagangan diantara para pelaku usaha dan atau dengan konsumen dapat berjalan sesuai koridor tata aturan perdagangan yang berlaku. Regulasi perdagangan nasional mengatur mekanisme pengawasan kegiatan perdagangan, salah satunya mengenai distribusi barang yang dilakukan melalui penjualan langsung berjenjang atau *multilevel marketing*. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan (Permendag 36/2018), terdapat sejumlah Pasal yang memuat ketentuan pengawasan perdagangan baik luar negeri maupun dalam negeri. Permendag 36/2018 ini tetap berlaku berdasarkan ketentuan Pasal 177 PP 29/2021 yang mengatur penyelenggaraan perdagangan.

Penjualan langsung berjenjang termasuk dalam objek pengawasan distribusi barang dalam negeri yang merupakan tugas dan kewenangan Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga di Kementerian Perdagangan. Secara enumeratif norma hukum pengawasan kegiatan perdagangan secara umum tersebar dalam beberapa Pasal yang antara lain substansinya tersaji dalam tabel berikut:

¹²² "Hasil Pencarian - KBBI Daring."

Tabel 2.2
Norma Hukum Pengawasan Usaha Penjualan Langsung Berjenjang

UU Perdagangan	UU Cipta Kerja
<p>Pasal 98: pemerintah melalui menteri perdagangan mempunyai wewenang melakukan pengawasan dengan menetapkan kebijakan pengawasan di bidang perdagangan</p> <p>Pasal 99 ayat (2): Menteri perdagangan berwenang melakukan: a. larangan pengedaran untuk sementara waktu dan/atau perintah menarik barang dari distribusi atau menghentikan kegiatan jasa yang diperdagangkan jika tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perdagangan, b. dan/atau mencabut izin usaha perdagangan.</p> <p>Pasal 100: objek pengawasan terdiri atas: perizinan, perdagangan barang yang diawasi, dilarang dan/atau diatur; distribusi barang dan/atau jasa; pendaftaran barang produk dalam negeri dan asal impor; pemberlakukan SNI, persyaratan teknis atau kualifikasi secara wajib; pendaftaran gudang; dan penyimpan barang kebutuhan pokok dan/atau barang penting.</p>	<p>Pasal 46 angka 29 (Perubahan Pasal 98 s.d Pasal 100 UU Perdagangan): pengawasan kegiatan perdagangan dilakukan pemerintah pusat dan pemerintah daerah sesuai dengan norma, standar, prosedur, dan kriteria yang diatur dalam Peraturan Pemerintah.</p>

Permendag 36/2018	Norma	PP 29/2021	Norma
Pasal 2 huruf a dan c	Ruang lingkup pengawasan kegiatan perdagangan terdiri atas 8 hal, dua diantaranya perihal perizinan di bidang perdagangan dan distribusi.	Pasal 2 huruf h	Pengawasan kegiatan perdagangan sebagai salah satu lingkup pengaturan penyelenggaraan perdagangan
Pasal 1 angka 19 dan angka 20 Pasal 3 dan 4	Wewenang Pengawasan dipegang oleh menteri perdagangan dan dapat didelegasikan kepada Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga.	Pasal 1 angka 56	Pengawasan kegiatan perdagangan dilaksanakan oleh petugas pengawas perdagangan di Kementerian Perdagangan yaitu Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga
Pasal 7	Teknis pengawasan dilakukan oleh Petugas Pengawas Tertib Niaga (PPTN) dan/atau Penyidik Pegawai Negeri Sipil Perdagangan (PPNS-DAG) yang ditunjuk oleh direktur jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga.	Pasal 52 juncto Pasal 58-59 Permendag 80/2020	Pembinaan, supervisi, dan evaluasi terhadap penyelenggaraan kegiatan usaha distribusi barang secara langsung dilakukan oleh menteri melalui

			direktorat bina usaha dan pelaku distribusi
Pasal 10 angka (2) dan (3)	Khusus pengawasan distribusi, PPTN dan/atau PPNS-DAG berkoordinasi dengan direktorat bina usaha dan pelaku distribusi	Pasal 117	Semua peraturan pelaksana dari UU Perdagangan dinyatakan tetap berlaku, salah satunya Permendag 36/2018.
Pasal 17	Objek pengawasan perizinan terdiri atas perizinan perdagangan dalam negeri dan perdagangan luar negeri		
Pasal 18	Parameter pengawasan perizinan meliputi: kepemilikan perizinan; kesesuaian perizinan dengan aktivitas usaha perdagangan; pelaporan dan/atau realisasi kegiatan usaha; dan kebenaran dan legalitas informasi pelaku usaha yang diserahkan pada saat mengajukan permohonan perizinan.		

Pasal 23	Pengawasan distribusi barang dalam penjualan langsung dilakukan terhadap pelaku usaha dan pelaksanaan distribusi barang	
Pasal 24	Parameter pengawasan distribusi dimaksud meliputi: legalitas pelaku usaha dan kesesuaiannya dengan pelaksanaan distribusi; dan kesesuaian pelaksanaan distribusi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.	

Berdasarkan ketentuan pasal-pasal di atas, dapat dijelaskan dua elemen dalam sistem pengawasan perdagangan yang berkenaan dengan PLB, yaitu lingkup pengawasan dan organ pengawas.

Pertama, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga memegang kendali terselenggaranya perdagangan yang baik dan tertib guna mendukung arah kebijakan perdagangan dalam negeri, khususnya berkenaan dengan upaya meningkatkan perlindungan konsumen dan tertib niaga. Kedua hal ini patut diperkuatapalagi terhadap PLB yang memiliki kerentanan tinggi dapat merugikan konsumen baik terhadap kualitas barang yang diperdagangkan maupun sistem marketing yang diterapkan pelaku usaha PLB. Dalam hal ini, ada dua aspek yang menjadi objek pengawasan yang penting untuk dielaborasi terhadap usaha PLB yaitu perizinan dan distribusi barang. Mengacu pada norma-norma yang mengatur sistem perizinan distribusi barang melalui penjualan langsung baik single maupun multilevel yang mana tidak menentukan secara khusus untuk PLBS, maka dalam pengawasannya pun akan menyesuaikan dengan syarat-syarat perizinan tersebut. Pengawasan terhadap perizinan usaha ini berpedoman pada empat parameter yang meliputi kepemilikan perizinan; kesesuaian perizinan dengan aktivitas usaha perdagangan; pelaporan dan/atau realisasi kegiatan usaha; dan kebenaran dan legalitas informasi pelaku usaha yang diserahkan pada saat mengajukan permohonan perizinan. Sementara pengawasan terhadap distribusi barang atau jasa meliputi dua parameter yaitu: legalitas pelaku usaha dan kesesuaiannya dengan pelaksanaan distribusi; dan kesesuaian pelaksanaan distribusi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Melalui kegiatan pengawasan diharapkan akan mengurangi berbagai permasalahan terkait kegiatan

perdagangan serta untuk meningkatkan kepatuhan hukum terkait tertib niaga bidang perdagangan.¹²³

Kedua, secara teknis, pengawasan terhadap perizinan dan distribusi barang dilakukan oleh Direktorat Tertib Niaga yang merupakan salah satu organ pada Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan.¹²⁴ Direktorat tertib niaga ini bertugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta evaluasi dan pelaporan di bidang tertib niaga.¹²⁵ Tugas supervisi meliputi penegakan hukum perizinan di bidang perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, dan bidang perdagangan lainnya, serta penegakan hukum terhadap kegiatan distribusi barang pokok, barang penting dan barang yang diatur, serta kegiatan perdagangan lainnya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Fungsi pengawasan dilakukan oleh Direktur Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dengan melimpahkannya secara teknis kepada Direktorat Tertib Niaga yang kemudian menunjuk PPTN dan/atau PPNS-DAG untuk melakukan pengawasan secara berkala dan membuat laporan kinerja setiap tahunnya.

¹²³ Laporan Kinerja Direktorat Tertib Niaga Tahun 2020. "DJPKN | TRANSPARANSI KINERJA," accessed July 13, 2022, <https://ditjenpktn.kemendag.go.id/transparansi-kinerja>.

¹²⁴ Pasal 77 Permendag 80/2020

¹²⁵ Pasal 101 Permendag 80/2020

BAB 3

KELEMBAGAAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH DALAM PERKEMBANGAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA

A. Nilai Dasar dalam Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah merupakan bagian dari ajaran Islam yang disebut dengan *Fiqh Muamalah*. Dalam konteks fikih secara umum, para ulama telah mencoba membagi ilmu fikih dalam tiga bidang, yaitu ibadah (ritual), muamalah (perdata Islam), dan ‘*uqubah* (pidana Islam). Ada pula yang membaginya menjadi empat bagian, yakni ibadah, muamalah, ‘*uqubah*, dan *munakahah* (perkawinan).¹²⁶ Hasbi Ash Shiddieqy pun membagi fikih menjadi dua, ibadah dan muamalah. Muamalah yang dimaksudkan beliau mencakupi ‘*uqubah*, *munakahah*, dan *mu'amalah* (transaksi perniagaan).¹²⁷ Lebih detail H.M. Rasyid dalam Nafis membagi fikih ibadah terdiri atas bidang keimanan, salat, zakat, puasa, dan haji; adapun fikih muamalah terdiri atas *mu'amalah* (perniagaan), *munakahah*, *wirastah* (hukum waris), ‘*uqubah* (hukum pidana), *mukhasamah* (hukum acara), *siyar* (hukum internasional), dan *al-Ahkam al-Sulthaniyyah* (hukum administrasi negara, cukai dan perpajakan).¹²⁸ Sementara dalam fikih muamalah Indonesia yang telah dituangkan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) membatasi Hukum Ekonomi Syariah pada lingkup transaksi perniagaan sebagaimana dipilih oleh Hasbi Ash Shiddieqy di atas.¹²⁹

Hakikat ekonomi Islam sebagai manifestasi filsafat hukum Islam yang meliputi beberapa hal. *Pertama*, hukum ekonomi Islam merupakan rumpun ilmu fikih, tepatnya fikih muamalah. *Kedua*, sumber ilmu hukum ekonomi Islam adalah wahyu (*al-wahy al-matluw Al-Qur'an* dan *al-wahy ghair al-matluw As-Sunnah*) dan juga

¹²⁶ Djazuli, *Ilmu Fiqh: Penggalian, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam*, 43.

¹²⁷ Dalam Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah*, 23.

¹²⁸ Nafis, 22–23.

¹²⁹ Dalam Nafis, 23.

'*aql* (akal) sebagai petunjuk Allah agar manusia dapat menalar baik dan huruk, salah dan benar. *Ketiga*, proses pembentukan teori hukum ekonomi Islam dilakukan melalui deduksi dan induksi. *Keempat*, ciri hukum ekonomi Islam adalah berdimensi Illahi (*Tauhidullah*). *Kelima*, ilmu hukum ekonomi Islam bersifat normatif dan sekaligus positif. *Keenam*, tujuan utama hukum ekonomi Islam ialah *al-falah* (kesejahteraan lahir) dan *as-shalah* (kesejahteraan bathin). *Ketujuh*, watak dan karakteristik hakikat ekonomi Islam secara esensial bersifat *rahmatan li al-alamin*. Nilai filosofis Islam yang terkandung dalam konsep ekonomi syariah ini diwujudkan dalam bentuk aktivitas nyata dan dilembagakan agar tersistem dengan baik meliputi subjeknya, objeknya, dan model dan tujuan transaksinya guna mencapai tujuan akhirnya yakni *al-falah wa as-shalah dan rahmatan li al-alamiin*.¹³⁰

Al-falah dalam konteks ekonomi mikro dan makro Syariah dimaknai sebagai kesejahteraan berdimensi dunia dan akhirat.¹³¹ Menurut Darmalaksana, dimensi akhirat ini terkandung dalam kata *as-shalah* yang terdapat dalam QS. Al Mu`minûn/23: 1-11, diantara ayat 1 dan 2 berbunyi ﴿فَدُلَّتِ الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ﴾ (sungguh beruntung orang-orang yang beriman, yaitu orang-orang yang khusyuk dalam shalatnya).¹³² Istilah falah dan derivasinya (diantaranya *aflihu*, *tuflihu*, *tuflihu*, *yuflihu*, *yuflihun*, *muflihu* dan *muflihin*) disebutkan sebanyak 40 ayat dalam Al Qur'an, 70% di antaranya terkait dengan perbuatan yang wajib ditaati, sedangkan 30% lainnya terkait dengan yang dilarang.¹³³

¹³⁰ Dalam executive summary, Wahyudin Darmalaksana, "Filsafat dan Politik Hukum Islam tentang Perbankan Syariah: Kajian Filsafat dan Politik Hukum Islam bagi Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia" (doctoral, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2015), 13, <http://digilib.uinsgd.ac.id/5230/>.

¹³¹ Khaerul Aqbar, Azwar Iskandar, dan Akhmad Hanafi Dain Yunta, "Konsep Al-Falah Dalam Islam Dan Implementasinya Dalam Ekonomi," *BUSTANUL FUQAHÀ: Jurnal Bidang Hukum Islam* 1, no. 3 (13 Agustus 2020): 6, <https://doi.org/10.36701/bustanul.v1i3.206>.

¹³² Wahyudin Darmalaksana, "Filsafat dan Politik Hukum Islam tentang Perbankan Syariah: Kajian Filsafat dan Politik Hukum Islam bagi Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia" (doctoral, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2015), <http://digilib.uinsgd.ac.id/5230/>.

¹³³ M Akram Khan, "Islamic Economics: Nature and Need," *J. Res Islamic Econ.* 1, no. 2 (1984): 51; Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali dkk., "Economic Growth And Falah," 2015, 3, <http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/12979>.

Falah atau kesuksesan adalah konsep yang sangat penting dalam Islam. Untuk mencapai kesuksesan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagaimana digarisankan dalam Al-Qur'an: a) Iman (keyakinan seorang Muslim pada metafisika) 20%, b) Syariat/ibadah 36%, c) Dakwah (dakwah Islam) 30%, d) Akhlak (pengamatan akhlak, budi pekerti dan akhlak) 9%. Ada total 45 item yang berkontribusi pada pencapaian kesuksesan. Yakni 5 butir Iman, 9 butir Syariat, 9 butir Dakwah, 5 butir Ahklak dan 15 butir larangan. Semua item ini terulang sebanyak 99 kali. Inilah bukti bahwa konsep *falah* sangat penting bagi setiap muslim karena mencakup semua aspek kehidupan baik material maupun spiritual.¹³⁴

Al-falah merupakan konsep multidimensi, berimplikasi pada aspek perilaku individual (mikro) maupun perilaku kolektif (makro). Untuk kehidupan dunia, *falah* mencakup tiga definisi, yaitu kelangsungan hidup, kebebasan keinginan, kekuatan dan kehormatan, dan spiritualitas. Adapun orientasi akhirat, *falah* mencakup makna kehidupan abadi, kemakmuran abadi, kejayaan abadi, dan ilmu abadi (bebas dari segala kebodohan).¹³⁵ Konsep *falah* dalam ekonomi Syariah berbeda dengan *falah* dalam sistem ekonomi kapitalis dan sosialis. Falah dapat dicapai jika manusia memahami hakikat hubungan yang terjalin antara Tuhan dan manusia, antara manusia dengan alam, dan antara manusia dengan manusia lainnya. Definisi *falah* menjadi luas jika dilihat dalam perspektif ekonomi Islam sebagai *way of life*. Ranah makro/kolektif maupun ranah mikro/individu keduanya dapat digunakan untuk menerapkan gagasan *falah*. Hal ini juga dapat diadopsi oleh pemerintah, yang dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola sumber daya ekonomi negara, bukan hanya bagi operator korporasi skala kecil (UMKM). Gagasan falah akan memotivasi pelaku bisnis untuk bersikap jujur dan menghindari perilaku tidak etis dan praktek riba dalam konteks individu sebagai pelaku bisnis.

¹³⁴ Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali dkk., "Economic Growth And Falah," 2015, 5, <http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/12979>.

¹³⁵ Hendrianto Hendrianto dan Juhaya S. Praja, "Sharia Philosophy Correlation and the Islamic Economic Philosophy," *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance* 1, no. 1 (2021): 19.

Ketika membuat keputusan ekonomi untuk negara, membuat keputusan akan mengutamakan kesejahteraan rakyat, menghindari perilaku tidak jujur, dan mengelola kekayaan ekonomi negara seefisien mungkin. Konsep *falah* juga akan melindungi pelaku bisnis dan membuat kebijakan ekonomi negara dari aktivitas ilegal. Mereka percaya bahwa Allah SWT selalu mengawasi mereka, di mana pun mereka berada atau apa pun yang mereka lakukan. Mereka akan melihat bahwa segala sesuatu yang dilakukan di dunia ini, termasuk kegiatan ekonomi akan dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT di akhirat nanti.¹³⁶ Konsep *falah* inilah yang menjadi nilai dasar dalam sistem ekonomi Syariah.

B. Istilah dan Ruang Lingkup Ekonomi Syariah

Penggunaan istilah hukum ekonomi syariah dalam konteks perekonomian nasional di Indonesia mengalami dialektika sosial ekonomi kultural yang terus menerus diperaktikkan masyarakat muslim dan dialektika politis yuridis struktural antara ulama, ekonom muslim, dan pemegang kebijakan negara. Porosnya pada perbedaan pandangan istilah ekonomi Islam atau ekonomi syariah, hingga akhirnya dalam tata hukum nasional lebih menggunakan istilah ekonomi syariah secara tegas seperti yang dicantumkan dalam UU Nomor 3 Tahun 2006 tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama, UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), dan UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.¹³⁷

Hukum ekonomi syariah dalam tata hukum di Indonesia melingkupi beberapa bidang yang dijabarkan dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Merujuk pada Pasal 49 UU Nomor 3 Tahun 2006 bahwa Pengadilan Agama bertugas dan berwenang memeriksa, memutus, dan menyelesaikan perkara di tingkat pertama antara orang-orang beragama Islam di bidang

¹³⁶ Mohammad Faisal dan Husni Thamrin, "Falsafah Ekonomi Syariah Sebagai Way Of Life Untuk Mencapai Falah," *At-Tajdid: Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (t.t.): 1-13.

¹³⁷ Mohammad Nur Yasin, *Politik Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Malang: UIN Maliki Press, 2018), 123 dan 130.

perkawinan, waris, wasiat, hibah, wakaf, zakat, infaq, sedekah, dan ekonomi syariah. Ekonomi Syariah dimaksud menurut penjelasan Pasal 49 huruf (i) tersebut adalah “perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah”.

Segala perbuatan atau kegiatan usaha berprinsip syariah yang termasuk di dalam ketentuan Pasal 49 huruf (i) di atas dapat merujuk pada Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). Pasal 1 angka 1 KHES menyebutkan ekonomi syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perorang, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.

Pertama, kegiatan ekonomi syariah yang bersifat komersil meliputi akad *al-bai'* dan derivasinya (*salam, istisna', bai' al wafa*, dan *murabahah*), *syirkah* (*syirkah al amwal, syirkah al Abdan, syirkah mufawadhabhah, syirkah 'inan, syirkah musytarakah, dan syirkah milk*), *mudharabah, muzara'ah* dan *musaqah, ijarah* dan derivasinya (*ijarah muntahiya bi tamlik/IMBT* dan *ijarah maushufah fi zhimmah/IMFZ* yang belum masuk dalam KHES), *kafalah, hawalah, rahm, wadiyah, wakalah*.

Kedua, transaksi nonkomersil yang dimaksud dalam KHES meliputi zakat dan hibah, sedangkan wakaf tidak dimasukkan di KHES karena sudah diatur dalam UU wakaf.

KHES juga mengatur berbagai produk/kegiatan lembaga keuangan syariah yang tergolong melakukan transaksi ekonomi syariah dan menerapkan akad-akad komersil dan nonkomersil seperti obligasi syariah, pasar modal syariah, reksadana syariah, sertifikat bank Indonesia syariah, obligasi syariah, pembiayaan multi jasa syariah, pembiayaan rekening koran syariah, dan dana pensiun syariah. Dengan demikian, segala aktifitas yang melibatkan dua orang atau lebih dalam suatu transaksi dengan menggunakan berbagai bentuk akad di atas dapat digolongkan dalam lingkup ekonomi syariah, seperti halnya dalam sistem penjualan langsung berjenjang syariah.

Cakupan ekonomi syariah begitu luas, sehingga dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 yang mengacu pada *Global Islamic Economy Report* 2013 menjelaskan ekonomi syariah sebagai sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip Islam (syariat), melingkupi seluruh sektor perekonomian yang ada, baik keuangan maupun sektor riil. Definisi ini sejalan dengan pendapat ekonom bernama Frederic Pryor (1985) yang memaknai sistem ekonomi syariah merupakan konstruksi teoritikal dari sistem ekonomi industri yang pelakunya mengikuti ajaran Islam secara konsisten. Umer Chapra pun menegaskan bahwa sistem ekonomi syariah mengutamakan keadilan sosial dan ekonomi, serta menyeimbangkan antara kebutuhan sosial material dan spiritual.¹³⁸ Definis dari Chapra ini dianggap menujukkan universalitas sistem ekonomi syariah dan konsisten dengan arah pembangunan nasional, dasar negara Pancasila, serta strategi pembangunan berkelanjutan yang telah diadopsi, seperti tujuan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development goals/ SDGS*).¹³⁹

Mencermati beberapa rujukan di atas, dapat dipahami bahwa lingkup ekonomi syariah yang berkembang di Indonesia masih berkisar pada lingkup ekonomi mikro. Menurut Bradley R. Schiller, ekonomi mikro saat ini berkisar tentang kinerja perusahaan tertentu dan program-program pemerintah untuk menunjukkan prinsip-prinsip struktur pasar, fungsi tenaga kerja-pasar, redistribusi dan regulasi. Ekonomi mikro mengkaji tentang persaingan usaha, perilaku perusahaan dan perilaku industri yang berorientasi untuk melahirkan inovasi dalam produk dan teknologi.¹⁴⁰ Hidayati dan Akhmad menjelaskan ekonomi mikro merupakan bagian kecil dari keseluruhan kegiatan perekonomian. Adapun isu pokok yang dibahas meliputi bagaimana caranya menggunakan faktor produksi yang ada secara efisien supaya

¹³⁸ M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (Markfield, Leicester: The Islamic Foundation, 2000), 50.

¹³⁹ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, "Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024," Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2018, 4-5, <https://kneks.go.id/satu-pusatdata>.

¹⁴⁰ Bradley R. Schiller, *The Micro Economy Today* (New York: McGraw-Hill Companies, 2008), ix.

kemakmuran masyarakat dapat dimaksimalkan. Di dalamnya mempelajari perilaku individu baik konsumen dan perusahaan serta bagaimana penentuan harga-harga pasar dan kuantitas input, barang maupun jasa yang diperjualbelikan di pasar.¹⁴¹ Adapun lingkup ekonomi mikro syariah yang berkembang di Indonesia hingga saat ini meliputi industri keuangan syariah, bisnis syariah, dan filantropi Islam. Semuanya dapat berjalan tentunya harus dilandasi aturan hukum yang jelas mengingat Indonesia sebagai negara hukum.

C. Positivisasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia

Positivisasi memiliki arti suatu proses menjadikan sesuatu sebagai sumber hukum,¹⁴² atau memformat konsep-konsep hukum menjadi perundangan negara.¹⁴³ Dalam hal ini ada dua makna yang terkandung dalam kata positivisasi, *pertama*, yaitu proses membentuk hukum Islam sebagai sumber hukum nasional ataupun sebagai sumber nilai yang kontributif terhadap hukum nasional; *kedua*, positivisasi dalam arti legislasi, yaitu membentuk hukum Islam menjadi hukum nasional yang formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan.¹⁴⁴ Legislasi hukum Islam, termasuk hukum ekonomi syariah merupakan salah satu upaya memberikan kepastian hukum atas keanekaragaman pendapat dalam mazhab fikih Islam, disamping perlu pula memperhatikan kesesuaiannya dengan hukum nasional agar loyalitas ganda umat Islam tetap terjaga, harus taat kepada hukum Islam dan taat pada hukum nasional.¹⁴⁵

Perkembangan hukum ekonomi syariah di Indonesia mengalami dinamika baik dalam aspek epistemologis maupun

¹⁴¹ Syafaatul Hidayati, *Teori Ekonomi Mikro* (Tangerang Selatan: Unpam Press, 2019), 8; Akhmad, *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 7.

¹⁴² "Arti Kata Positivisasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed May 28, 2022, <https://www.kbbi.web.id/positivisasi>.

¹⁴³ A. Qadri Azizy, *Eklektisme Hukum Nasional* (Yogyakarta: Gama Medinah, 2002), 177.

¹⁴⁴ Ahmad Hasan, *Sejarah Legislasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: LKiS, 2017), 5.

¹⁴⁵ Hasan, 6.

politis. Secara epistemologis, Yasin mengklasifikasikannya dalam empat fase, yakni fase syariah, fase *fiqh*, fase *qanun*, dan fase *qada'* dengan penjelasan berikut:

1. Fase *syariah*, dimana posisi ekonomi syariah masih berada pada tataran moral doktrinal normatif dalam bentuk nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam Al-Qur'an dan hadis.
2. Fase *fiqh*, dimana penggunaan literatur fikih klasik disertai maraknya interpretasi para mujtahid Indonesia terhadap teks-teks ekonomi dalam Al-Qur'an dan hadis yang kemudian dikodifikasi dan diunifikasi dalam berbagai dokumen bahan hukum seperti Fatwa DSN MUI dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).
3. Fase *qanun*, terjadinya proses internalisasi prinsip-prinsip ekonomi syariah yang digali dari Al-Qur'an, hadis, pendapat ulama dalam kitab-kitab klasik, KHES, dan fatwa DSN MUI ke dalam peraturan perundangan-undangan (*legal positivism*) di Indonesia.¹⁴⁶ Internalisasi tersebut terealisasi dalam proses legislasi hingga berlakunya UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Nasional (SBSN), UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang disahuti dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI). Fase ini sebagai *starting positivisasi hukum ekonomi syariah* melalui proses legislasi sebagai wujud keberlanjutan eksistensi hukum Islam dalam hukum nasional. Tentunya ini akan terus berlanjut sesuai dengan arah politik hukum yang berkembang di Indonesia.
4. Fase *qada'*, di mana hukum-hukum ekonomi syariah menjadi sumber hukum formal bagi hakim Pengadilan Agama dalam menyelesaikan sengketa ekonomi syariah setelah berlakunya UU Nomor 3 Tahun 2006 tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama yang kemudian secara

¹⁴⁶ Pengesahan fatwa DSN-MUI menjadi peraturan berawal dari momentum lahirnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang menjadi landasan lahirnya bank dengan sistem syariah. Fitriyani Zein, "Legislation Fatwa of National Sharia Board-Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI) In the State Economic Policy," 2018, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52407>.

teknis diatur dalam Peraturan Mahkamah Agung (Perma) dan Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA).¹⁴⁷

Perjalanan sejarah berlakunya hukum ekonomi syariah secara legislasi di bumi pertiwi ini telah ada sejak penjajahan kolonial Belanda dalam bentuk Ordonansi riba tahun 1938. Ordonansi riba ini untuk menyahuti aspirasi masyarakat muslim dalam rangka mencegah praktik riba di kalangan masyarakat, di antaranya dengan memberikan kewenangan kepada hakim untuk membatalkan perjanjian yang tidak mengandung asas keseimbangan hak dan asas keadilan, di mana hanya salah satu pihak saja yang diuntungkan dan pihak lainnya merasa dirugikan (Pasal 2 ayat 14 Ordonansi Riba 1938).¹⁴⁸

Semenjak Indonesia terbebas dari penjajahan, tonggak sejarah positivisasi hukum ekonomi syariah dalam sistem hukum nasional yang secara formal kelembagaan bermula dengan dikeluarkannya izin operasional bank syariah pertama di Indonesia yakni Bank Muamalat Indonesia (BMI). Secara periodik, perkembangan hukum ekonomi syariah di Indonesia pasca kemerdekaan dibagi dalam empat periode: orde lama (1945-1966); masa Orde Baru (1967-1991); periode setelah berdirinya Bank Muamalah (1992-2000); dan periode Pasca Reformasi (2001 sampai sekarang).¹⁴⁹ Ditinjau dari sisi politik hukumnya, Hejazziey menelusuri proses positivisasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia yang diawali dari sektor Perbankan Syariah dengan

¹⁴⁷ Mohammad Nur Yasin, "Rekonstruksi Norma Ekonomi Syariah di Indonesia Perspektif Transisi Hukum HLA. Hart" (Pengukuhan Jabatan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019), 182-183, <http://repository.uinmalang.ac.id/4646/>.

¹⁴⁸ Djawahir Hejazziey, "Politik Hukum Nasional Tentang Perbankan Syariah Di Indonesia," Disertasi, October 20, 2010, 263, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/6930>.

¹⁴⁹ Ridwan and Muhammad Fuad Zain, "Indonesia Sharia Economic Legislation as a Legal Frame Post Reformation," *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, April 13, 2021, 5, <https://www.abacademies.org/abstract/indonesia-sharia-economic-legislation-as-a-legal-frame-post-reformation-10502.html>; M. Nur Yasin, *Hukum Ekonomi Islam: Geliat Perbankan Syariah Di Indonesia* (Malang: UIN Malang Press, 2009), 53-92.

berdirinya BMI tersebut, terdiri dalam dua periode yaitu masa Orde Baru dan masa reformasi.

Pada masa Orde Baru, pendirian bank syariah mulanya tidak mendapat dukungan dari pemerintah karena dianggap berhubungan dengan gerakan fundamentalis yang mau mendirikan negara Islam. Di samping pada masa itu sistem perbankan Indonesia yang diatur dalam UU Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan memang hanya mengenal bank dengan konsep bunga, padahal di negara-negara lain pemikiran dan pengoperasian bank tanpa bunga telah terjadi sejak tahun 1970-an. Dengan adanya semangat dan gerakan bersama tokoh-tokoh muslim yang bernaung di Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendikiawan muslim Indonesia (ICMI), para tokoh muslim Indonesia dan para akamedisi dan praktisi merangkul pemerintah,¹⁵⁰ meskipun sempat diwarnai perbedaan pendapat yang alot tentang hukum bunga bank antara kalangan fundamentalis dan sosialis,¹⁵¹ akhirnya pelembagaan sektor keuangan syariah terwujud dan diikuti dengan sektor bisnis syariah lainnya setelah memasuki era reformasi.

Sejarawan menganggap kebangkitan regulasi ekonomi Islam di Indonesia terjadi dengan adanya pergeseran politik tertentu setelah Orde Baru yang disebut sebagai era reformasi.¹⁵² Pengaruh praktik keuangan Islam global yang dimotori oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang didirikan di Jeddah tahun 1975 membuat wacana dan daya tarik di kalangan akademisi, profesional dan praktisi ekonomi, sehingga studi tentang ekonomi dan keuangan Islam terus berkembang di negara-negara muslim maupun di Eropa, termasuk di Indonesia.¹⁵³ Keberadaan IDB yang

¹⁵⁰ Lucky Nugroho et al., "The Urgency of Allignment Islamic Bank to Increasing the Outreach (Indonesia Evidence)," *International Journal of Economics and Financial Issues* 7, no. 4 (2017): 286–287.

¹⁵¹ Mutiara Dwi Sari, Zakaria Bahari, and Zahri Hamat, "History of Islamic Bank in Indonesia: Issues Behind Its Establishment," *International Journal of Finance and Banking Research* 2, no. 5 (September 6, 2016): 43, <https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20160205.13>.

¹⁵² Ridwan and Zain, "Indonesia Sharia Economic Legislation as a Legal Frame Post Reformation," 2.

¹⁵³ Ridwan and Zain, 7; Hejazziey, "Disertasi," 259; Sari, Bahari, and Hamat, "History of Islamic Bank in Indonesia"; Andrew Shandy Utama, "History and Development of Islamic Banking Regulations in the National Legal System of

pendiriannya diilhami para petinggi Organisasi Konferensi Islam (OKI) dianggap sebagai tandingan *International Monetary Fund* (IMF) yang merupakan badan khusus dewan sosial dan ekonomi Perserikatan Bangsa-Bangsa (United Nations).¹⁵⁴

Posisi hukum ekonomi syariah di Indonesia semakin kuat ditandai dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Undang-undang ini mengakui sistem perbankan ganda: konvensional dan sistem syariah di Indonesia. Penguatan eksistensi dan andil Hukum Ekonomi Syariah dalam sistem hukum nasional pun berlanjut terus pada masa reformasi hingga pasca-reformasi (2001-sekarang), yang secara keseluruhan dapat diklasifikasikan atas filantropi Islam dan bisnis Islam sebagai berikut:

1. Filantropi Islam menjadi bagian dalam sistem hukum nasional setelah berlakunya UU Nomor 41 Tahun 2004 tentang Wakaf dan UU Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
2. Regulasi bisnis Islam berkenaan pelembagaan transaksi keuangan Islam melalui lembaga keuangan Islam, terdiri dari:
 - a. UU Nomor 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara
 - b. UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
 - c. UU Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (Pasal 1 angka 4, Pasal 12 dan 13 mengatur Lembaga Keuangan Mikro Syariah)
 - d. Dilengkapi dengan lembaga penyelesaian sengketa ekonomi syariah yang diatur dalam UU Nomor 3 Tahun 2006 tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1989 Tentang Peradilan Agama, UU Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan

Indonesia," Al-'Adalah 15, no. 1 (2018): 37-50,
<https://doi.org/10.24042/adalah.v1i5i.2446>.

¹⁵⁴ Darmalaksana, "Filsafat dan Politik Hukum Islam tentang Perbankan Syariah," 14; "About the IMF," IMF, accessed May 18, 2022, <https://www.imf.org/en/About>; United Nations, "Main Bodies," United Nations (United Nations), accessed May 18, 2022, <https://www.un.org/en/about-us/main-bodies>; "Apa Itu IMF: Pengertian, Sejarah, dan Tujuan Pembentukan Halaman All - Kompas.Com," accessed May 18, 2022, <https://money.kompas.com/read/2021/10/15/151038026/apa-itu-imf-pengertian-sejarah-dan-tujuan-pembentukan?page=all>.

Kehakiman, UU Nomor 50 Tahun 2009 Tentang Perubahan Kedua atas UU Nomor 7 Tahun 1989 Tentang Peradilan Agama, dan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 93/PUU-X/2012.

- e. Untuk kepastian hukum konsumsi produk halal yang menjadi objek dalam transaksi bisnis antara konsumen dan produsen/pelaku usaha telah diterbitkan UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- f. Adapun sektor bisnis Islam lainnya yang hanya diatur dalam peraturan di bawah UU di antaranya Asuransi Syariah (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 69/POJK.05/2016 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, dan Perusahaan Reasuransi Syariah), Koperasi Syariah (Pasal 13 s.d 18 Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dan Usaha Hotel Syariah melalui Peraturan Menteri Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah (Permenparekraf 2/2014) namun kemudian dicabut berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pencabutan Permenparekraf 2/2014 tersebut sehingga kembali mengalami kekosongan hukum.

Dengan demikian, legislasi hukum ekonomi syariah di Indonesia sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.¹⁵⁵ Kedudukan hukum ekonomi Islam dalam sistem hukum Indonesia bukan lagi hanya karena tuntutan sejarah dan karena penduduknya mayoritas beragama Islam, tetapi kebutuhan masyarakat luas. Hukum ekonomi syariah dirasakan adil sehingga dapat mengawal kesejahteraan rakyat yang dicita-

¹⁵⁵ Ridwan and Zain, "Indonesia Sharia Economic Legislation as a Legal Frame Post Reformation," 7–8.

citakan bangsa Indonesia.¹⁵⁶ Upaya legislasi ataupun positivisasi hukum ekonomi syariah ini menjadi hal penting untuk terus dilakukan, mengingat praktik ekonomi syariah semakin meluas seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan hidup masyarakat, salah satunya yang belum mendapatkan payung hukum yang jelas adalah praktik multilevel marketing syariah yang merupakan bagian dari kegiatan perdagangan nasional.

D. Konsep Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

1. Definisi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Istilah Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau biasa dikenal dengan *Multilevel Marketing* (MLM) Syariah berhubungan dengan fatwa ulama yang membolehkan bisnis PLB. Ada perbedaan fatwa ulama di dunia terhadap bisnis PLB: *pertama*, kelompok yang mengharamkan dengan alasan PLB sama dengan skema piramida dan *money game*.¹⁵⁷ *Kedua*, kelompok yang membolehkan karena menilai PLB adalah praktik *samsarah* (perantara) yang sah dalam Islam.¹⁵⁸ *Ketiga* kelompok yang membolehkan dengan syarat harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga muncul istilah MLM Syariah atau PLBS.¹⁵⁹ Pendapat ketiga ini di antaranya adalah Fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, Garis Panduan JAKIM (*Jabatan Kemajuan Islam Malaysia or Department of Islamic Development Malaysia*) Bilangan 1 Tahun 2013 tentang Perniagaan Jualan Langsung Secara Pemasaran Berbilang Tingkat Menurut Syariah (*Direct Selling Trading Multi-level*

¹⁵⁶ Angkat Poenta Pratama, Hari Sutra Disemadi, and Paramita Prananingtyas, "Existence and Position of Islamic Economic Laws in Indonesia," *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum* 27, no. 2 (November 6, 2019): 227–229.

¹⁵⁷ Diantara fatwa-fatwa yang mengharamkan bisnis MLM adalah *Lajnah Da'ima* KSA (Kerajaan Saudi Arabia), *Dār al-if'a'* Mesir, *Markaz al-Fatwa* Qatar, *Dār al-if'a'* Yordania, dan *Mujamma' al-Fiqh al-Islami* Sudan. Jauhari, *Fatwa Ulama Indonesia & Timur Tengah Mengenai Multi Level Marketing (MLM)*, 104; Mohammad Sa'eed Mitwally Alrahawan, "Multilevel Marketing," 287.

¹⁵⁸ Kelompok Ahli Fiqh kontemporer ini adalah Komite Fatwa di Al-Azhar, Mesir, Libya, Al jazair dan Tunisia. Mohammad Sa'eed Mitwally Alrahawan, "Multilevel Marketing," 287.

¹⁵⁹ Mohammad Sa'eed Mitwally Alrahawan, 291–92.

Marketing According to Sharia),¹⁶⁰ dan The Majlis Ugama Islam (MUIS) or The Islamic Religious Council of Singapore.¹⁶¹

Penjualan Langsung atau *direct selling* merupakan salah satu bentuk pemasaran atau distribusi suatu produk barang atau jasa kepada konsumen dengan cara yang berbeda dari teknik penjualan ritel pada umumnya. *Direct Selling Asociation* mendefinisikan *direct selling* adalah “*The selling of consumer goods direct to private individuals, in their homes and places of work, through transactions initiated and concluded by the salesperson*”¹⁶² (Penjualan barang-barang konsumsi langsung ke perorangan, di rumah dan tempat kerja mereka, melalui transaksi yang dimulai dan diakhiri oleh penjual).

Menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Permendag 70/2019 dan Pasal 1 angka 22 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perdagangan (selanjutnya disingkat PP 29/2021), penjualan secara langsung (*direct selling*) merupakan sistem penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh penjual langsung yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran. Sebaliknya, penjualan tidak langsung (*indirect selling*) dilakukan dengan menggunakan rantai distribusi seperti distributor, agen atau waralaba yang umum berlaku hingga sampai ke lokasi eceran. Lokasi eceran dimaksud biasanya menggunakan media berupa toko, warung, ataupun *store* baik konvensional maupun berbasis internet seperti *market place*.

Untuk membedakan antara penjualan langsung dan tidak langsung, dalam sistem perdagangan di Indonesia diatur larangan bagi penjual langsung menjual produk dagangannya melalui saluran distribusi tidak langsung tersebut dan atau

¹⁶⁰ “Garis Panduan Permohonan Lesen Jualan Langsung,” e-Muamalat, accessed October 8, 2022, <https://e-muamalat.islam.gov.my/en/bahan-ilmiah/garis-panduan/72-garis-panduan-permohonan-lesen-jualan-langsung>.

¹⁶¹ “Muis | Muis: Office of the Mufti,” accessed October 10, 2022, <https://www.muis.gov.sg/officeofthemufti/Irsyad/Advisory-on-Multi-Level-Marketing>.

¹⁶² J. Clothier, *Multi-Level Marketing: A Practical Guide to Successful Network Selling*, 22.

melalui *online market place* (Pasal 48 huruf 1 PP 29/2021 *juncto* Pasal 21 huruf h Permendag 70/2019).

Sistem yang digunakan dalam penjualan langsung (*direct selling*) di tingkat internasional termasuk Indonesia mengenal tiga model yang telah berjalan sangat lama, yaitu sistem konvensional atau *Single Level Marketing* (termasuk *party plan*), sistem *Limited Level* dan sistem *Multi Level* atau *Multilevel Marketing*.¹⁶³ Sementara dalam UU Perdagangan membagi dua jenis penjualan langsung, yaitu *single level* dan *multilevel* (Pasal 1 angka 11 UU Perdagangan).

Penjualan langsung berjenjang lebih dikenal dengan sebutan *multilevel marketing* (MLM) yang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan *single level*. Dalam sistem pemasarannya, PLB merupakan bentuk jaringan yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan/konsumen sekaligus sebagai tenaga kerja perusahaan. Semakin banyak anggota yang bergabung dan membentuk jaringan kerja (*network*), maka semakin luas pula jangkauan wilayah pemasarannya sehingga disebut pula sebagai *network marketing*.¹⁶⁴ Nat dan Keep menyebut MLM merupakan bagian dan bentuk spesifik dari *direct selling*,¹⁶⁵ tetapi tidak semua *direct selling* adalah MLM.¹⁶⁶

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat didefiniskan bahwa PBLS atau MLM Syariah adalah model pemasaran atau distribusi barang kepada konsumen secara langsung tanpa melalui perantara agen, distributor, dan market tertentu, dengan menggunakan jaringan bertingkat melalui perekrutan anggota, menerapkan pemberian komisi dan/atau bonus atas hasil penjualan barang kepada konsumen, bukan dari biaya partisipasi anggota yang bergabung (non skema piramida), dan keseluruhan aktifitasnya berlandaskan pada

¹⁶³ "APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia."

¹⁶⁴ Asyura, Nasution, and Muhardinata, *Multi Level Marketing Syariah di Indonesia dalam Perspektif Maqashid Syariah*, 12.

¹⁶⁵ Nat and Keep, "Marketing Fraud," April 1, 2002, 140.

¹⁶⁶ Jauhari, *Fatwa Ulama Indonesia & Timur Tengah Mengenai Multi Level Marketing (MLM)*, 57.

prinsip-prinsip syariah. DSN MUI memberikan pedoman bahwa PLBS adalah PLB yang tidak mempraktikkan *money game*, dan dalam sistem manajemen pemasaran, produk, maupun transaksi yang dilakukan tidak mengandung unsur-unsur *haram*, *gharar* (*unclear*), *dharar* (*danger*), *riba*, *maysir* (*gambling*), *zhulm* (*cruel*), maksiat, dan *ighra'* (*cradle/lure*).¹⁶⁷

2. PLBS dalam konsep Pemasaran Islami

Pemasaran (*marketing*) merupakan aspek penting yang harus diperhatikan bagi pelaku usaha dalam berbisnis. Berbisnis tidak hanya menitikberatkan pada orientasi kinerja penjualan produk yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) konsumen saja, namun terdapat proses jalinan komunikasi yang terus menerus dan proaktif dalam membina rangkaian jaringan dalam sistem pemasaran produk barang atau jasa agar loyalitas pelanggan selalu terjaga. Untuk itu diperlukan kaidah dan strategi pemasaran yang baik.¹⁶⁸

Secara etimologi, pemasaran berasal dari kata pasar (kata benda) yang memiliki dua pengertian, 1) tempat orang berjual beli; 2) kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang dan jasa.¹⁶⁹ Adapun kata pemasaran didefinisikan sebagai “proses, cara, pembuatan memasarkan suatu barang dagangan”; dan “perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat”.¹⁷⁰ Berdasarkan pengertian ini, pemasaran menunjukkan adanya aktivitas yang dilakukan secara bertahap (proses) dan teknik tertentu dalam rangka saling menukarkan suatu barang dengan uang antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini, objek dalam pemasaran dibatasi hanya berupa barang, tidak termasuk jasa.

¹⁶⁷ Jauhari, Muslim, and Saepullah, “Multi Level Marketing (MLM) in Fatwa DSN MUI,” 2021.

¹⁶⁸ Nur Asnawi and Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 119.

¹⁶⁹ “Hasil Pencarian - KBBI Daring,” accessed March 14, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pasar>.

¹⁷⁰ “Hasil Pencarian - KBBI Daring,” accessed March 14, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemasaran>.

Pemasaran juga memiliki makna “menyebarluaskan”, sepadan dengan kata “distribusi” yang digunakan dalam UU Perdagangan. Distribusi secara etimologi menurut KBBI adalah “penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat”; dan “pembagian barang keperluan sehari-hari...”¹⁷¹ Dalam UU Perdagangan Pasal 1 Angka 11, distribusi didefinisikan sebagai kegiatan penyaluran barang secara langsung atau tidak langsung kepada konsumen. Beberapa pengertian tersebut menunjukkan bahwa objek dalam pemasaran ataupun distribusi adalah dalam bentuk barang dengan menggunakan dua metode, secara langsung dan tidak langsung.

Konsep pemasaran mengalami evolusi seiring perkembangan zaman dan dinamika bisnis. Hal itu membuat *American Marketing Association* (AMA) memberikan definisi pemasaran yang berubah-ubah, sehingga Asnawi menyimpulkan konsep pemasaran dalam evolusinya terbagi dalam dua gelombang: pendekatan lama dan pendekatan kontemporer (abad 21). Marketing dalam konsep lama menekankan pada produksi, produk, dan penjualan, sedangkan pendekatan kontemporer berorientasi kepada *relationship* dan *social marketing*.¹⁷²

Kotler mendefinisikan pemasaran dalam dua sudut pandang: definisi sosial dan perspektif manajerial. Definisi sosial dari pemasaran adalah “proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain”. Adapun perspektif manajerial menganggap pemasaran sebagai “seni menjual produk”, meskipun dikatakan Kotler bahwa menjual bukanlah bagian dari pemasaran, tetapi ujung dari gunung es pemasaran. Tujuan

¹⁷¹ “Hasil Pencarian - KBBI Daring,” accessed March 14, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/distribusi>.

¹⁷² Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, 125.

pemasaran menurut Kotler adalah membuat penjualan berlimpah dengan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk barang atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan dapat terjual dengan sendirinya.¹⁷³ Kebutuhan pelanggan dimaksud menurut Kotler menjadi objek pemasaran yang strategis yang terdiri atas 10 entitas: barang-barang fisik (*goods*), jasa (*services*) yang mendominasi dibanding barang, pengalaman (*experiences*) seperti memasarkan tempat-tempat legendaris, peristiwa (*events*), orang (*persons*) sebagai *branding*, tempat (*places*) yang menarik dikunjungi, hak kepemilikan tak berwujud (*properties*) seperti saham dan obligasi, organisasi (*organizations*), informasi (*information*), dan gagasan (*ideas*).¹⁷⁴ Untuk itu penjual perlu melakukan strategi pemasaran dengan memahami komponen-komponen dalam bauran pemasaran (marketing mix).¹⁷⁵

William J. Stanton dalam tulisan Basu Swashtha menyebutkan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.¹⁷⁶

Berdasarkan pendapat kedua pakar pemasaran di atas, dapat dijelaskan bahwa pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi

¹⁷³ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi XII Jilid 1, diterjemahkan oleh penerbit Erlangga dari judul asli Marketing Management (Jakarta: Erlangga, 2009), 6.

¹⁷⁴ "Marketing Management, Millennium Edition | Philip Kotler | Download," April 28, 2021, 2–3, <https://id1lib.org/book/674295/0a64e9>.

¹⁷⁵ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing* (England: Pearson, 2016), 74–79.

¹⁷⁶ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 5.

tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. Pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Namun demikian, pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribusikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi non-laba.

Konseptual pemasaran menjadi pembahasan yang baru dalam kajian ekonomi Islam. Pemasaran sebagai suatu disiplin ilmu merupakan bagian dari bentuk aktivitas muamalah yang diperbolehkan dalam Islam sepanjang di dalam proses dan tujuannya mengikuti kaidah-kaidah hukum Islam dan tidak ada dalil-dalil yang secara tegas mengharamkannya. Sesuai dengan kaidah fikih yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمَعَالَاتِ إِلَبَاحَةٌ إِلَّا أَنْ يَدْلِلَ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا¹⁷⁷

Menurut Nadeem, ada empat hal yang menjadi pokok bahasan sebagai acuan dalam membuat definisi pemasaran Islami (*Islamic Marketing*), yakni apakah yang dimaksud pemasaran islami itu dalam bentuk penjualan produk halal? Atau penjualan produk yang berfungsi sebagai alat yang sesuai dengan kaidah Islam? Atau terkait konten produk atau jasa yang islami saja? atau mengacu pada bentuk kemasan produk yang bertekstur Islam atau pencantuman nama Islam pada suatu produk atau jasa? Berbagai alternatif dan sudut padang

¹⁷⁷ Moh. Mufid, *Kaidah Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer, Pendekatan Tematis dan Praktis* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 33.

muncul dalam rangka mendefinisikan, memahami dan melakukan penelitian terus menerus.¹⁷⁸

Apabila dihubungkan antara konsep pemasaran Islami dan konvensional, setidaknya ada benang merah yang sama yakni untuk memenuhi keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) masyarakat terhadap suatu produk barang ataupun jasa. Dalam hal ini, Adnan memberikan definisi pemasaran Islam dengan mengacu pada orientasi pemasaran yang tujuannya untuk memenuhi keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) konsumen dengan rumus: (*needs and desire*) + (*product or service*) + (*value, satisfaction and quality*) + (*amendment, transaction and relationship*) + *marketing* = *maximizing satisfaction*.¹⁷⁹ Definisi pemasaran Islam yang lebih konkret dikemukakan oleh Abuznaid yang senada dengan pendapat Alom dan Haque. Alom dan Haque (2011) dalam artikelnya berjudul “*Marketing: An Islamic Perspective*” berpendapat bahwa pemasaran Islam itu merupakan:

*“The process and strategy (Hikmah) of fulfilling need through Halal (Tayyibat) products and services with the mutual consent and welfare (Falah) of both parties i.e. buyers and sellers for the purpose of achieving material and spiritual wellbeing in the world here and the hereafter.”*¹⁸⁰ (Proses dan strategi (hikmah) dalam rangka memenuhi kebutuhan melalui produk dan jasa yang halal (tayyib) dalam prinsip saling rela guna mencapai kesejahteraan (falih) bagi kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual baik terpenuhinya kesejahteraan secara material dan spiritual, dunia dan akhirat).

Selanjutnya Abuznaid mendefinisikan pemasaran Islam berdasarkan AL-Qur'an, Hadis dan literatur Islam dan wawancara dengan ulama sebagai berikut:

“the wisdom of satisfying the needs of customers through the good conduct of delivering Halal, wholesome, pure and lawful products and

¹⁷⁸ Yang dikutip Asnawi melalui Adnan, Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isu-Isu Kontemporer*, 127.

¹⁷⁹ Dalam Asnawi and Fanani, 128.

¹⁸⁰ Dikutip oleh Muhammad Anwar Fathoni, “Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam,” *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah* 9, no. 1 (June 30, 2018): 135, <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.

*services with the mutual consent of both seller and buyer for the purpose of achieving material and spiritual wellbeing in the world here and hereafter and making consumers aware of it through the good conduct of marketers and ethical advertising.”*¹⁸¹ (Keputusan yang bijaksana dalam rangka memuaskan kebutuhan pelanggan melalui perilaku yang baik, menyuguhkan produk atau jasa yang sehat (halal) dengan persetujuan kedua belah pihak (penjual dan pembeli) guna mencapai kesejahteraan material dan spiritual, dunia dan akhirat melalui media iklan yang beretika).

Pemasaran islami memiliki karakteristik yang berbeda dengan pemasaran konvensional, meskipun pada dasarnya mengadopsi konsep pemasaran modern. Menurut Naveed Ahmad dalam Fathoni, hampir tidak ada perbedaan antara konsep pemasaran modern dan pemasaran dalam Islam. Titik berat pemasaran Islam adalah pada nilai-nilai dan norma yang disyaratkan ada dalam aktivitas pemasaran, yakni keadilan dan integritas yang dibangun atas dasar nilai kepercayaan (*belief*). Secara lebih teknis, Aang Kunaifi menyebutnya sebagai *spiritual marketing*, yakni melakukan pembatasan terhadap orientasi material manusia terhadap keuntungan berbisnis yang cenderung tanpa batas, sehingga dapat memberikan ruang dan energi dalam mewujudkan semangat dan tujuan spiritual yang secara naluriyah ada dalam diri manusia. Nilai spiritual itu bersumber dari tuntunan Al-Qur'an dan hadis.¹⁸²

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran syariah/Islam merupakan suatu upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang dilakukan dalam bentuk strategi dan teknik tertentu dalam rangka mendapatkan keuntungan secara materiil dengan mengedepankan nilai-nilai spiritual yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadis sehingga terjaga dari larangan-larangan

¹⁸¹ S. Abuznaid, “Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market,” *Undefined*, 2012, 1447, <https://www.semanticscholar.org/paper/Islamic-Marketing%3A-Addressing-the-Muslim-Market-Abuznaid/f48c5e2e5c0d4037ac266ee68c2e33ad2c805755>.

¹⁸² Fathoni, “Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam,” 136.

dalam bermuamalah baik terhadap objek maupun dalam transaksinya.

Asnawi dan Fanani mengklasifikasikan hal-hal yang dilarang dalam marketing syariah, terdiri atas haram *li dzatihi*, haram *li ghairihi*, dan haram karena tidak sempurna akadnya. Haram *li dzatihi* berlaku terhadap objek transaksi muamalah berupa barang atau jasa yang secara esensi memang dilarang dalam kaidah Islam, seperti jual beli minuman keras, bangkai, babi dan segala yang terkait dengannya. Haram *ghairu li dzatihi* berkenaan dengan dua keadaan, *pertama* karena melanggar prinsip kerelaaan para pihak (*an tarâdhin minkum*) yang dipersyaratkan dalam QS. al Nisâ' /4: 29, misalnya adanya unsur penipuan (*tadlis* ataupun *ghabn*¹⁸³) sehingga salah satu pihak dalam transaksi tidak memperoleh informasi yang akurat tentang kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan. *Kedua*, melanggar prinsip tidak menzalimi satu sama lain (*lâ tazhlimu wa lâ tuzhlamûn*) seperti praktik *gharar* (tidak jelas), rekayasa pasar dalam *demand* (*bai' najisy*) dan *supply* (*ihtikar*), riba, judi (*maysir*), suap (*risywah*), promosi palsu, dan permainan tengkulak (*talaqqi rukban*).¹⁸⁴

Untuk membedakan sistem marketing syariah dan yang konvensional atau tradisional, menurut Syamsiah Yaakob dkk dapat ditelaah dari unsur-unsur bauran pemasaran¹⁸⁵ sebagai perwujudan konsep pemasaran, yang mereka sebut 4P (*product, people, promotion, price*),¹⁸⁶ berbeda dengan bauran pemasaran yang biasa dikenal dalam teori pemasaran secara umum yaitu

¹⁸³ "Al Ghabn al Fâhisy," Visi Muslim Media (blog), April 21, 2020, <https://visimuslim.org/al-ghabn-al-fahisy/>.

¹⁸⁴ Asnawi and Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, 285.

¹⁸⁵ Jalal Rajeh Hanaysha, Mohammed Emad Al Shaikh, and Haitham M. Alzoubi, "Importance of Marketing Mix Elements in Determining Consumer Purchase Decision in the Retail Market," *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)* 12, no. 6 (November 1, 2021): 17, <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2021110104>; Kotler and Armstrong, *Principles of Marketing*, 74–79.

¹⁸⁶ Yaakob et al., "A Critical Analysis of Halal Marketing in Malaysia's Multi-Level Marketing (MLM) Industry," 6–8.

4P (*product, place, promotion, price*),¹⁸⁷ yang bahkan terus berkembang menjadi 7P (*price, place, promotion, product, personel, procedure management, physical assets*).¹⁸⁸ Adapun 4P (*product, people, promotion, price*) dalam pemasaran syariah dijelaskan Yaakob dkk sebagai berikut:¹⁸⁹

- a. Produk, bahwa Penyajian produk mencerminkan kualitas produk, untuk itu perusahaan melakukan perubahan dan penyesuaian pada produk agar terlihat lebih menarik dan lebih mahal sehingga dapat memperoleh keuntungan yang lebih banyak. Dalam Islam menekankan agar kualitas produk PLB harus setara dengan harga yang ditetapkan, tidak *di-mark up* terlalu tinggi dan tidak masuk akal. Margin keuntungan yang baik untuk produk makanan dan minuman biasanya sekitar 30-40%, sedangkan untuk bahan makanan marginnya antara 25-30%.
- b. *People*, bahwa orang atau personalia pemasaran sebagai elemen penting dalam pemasaran Islam dengan memiliki karakter *amanah* (dapat dipercaya), *siddiq* (jujur), *tabligh* (menyampaikan) dan *fathonah* (cerdas) sebagaimana yang dilakukan Nabi Muhammad saw.
- c. *Place*, memilih tempat pemasaran barang yang aman dari daerah yang menjual barang yang tidak halal, dan tepat memilih tempat agar kinerja bisnis terus meningkat.
- d. *Promotion*, bahwa perlu menerapkan etika promosi yang Islami dalam PLB yakni menginformasikan produk secara utuh tanpa penipuan dan menyembunyikan komposisi produk, atau melebih-lebihkan informasi agar menarik yang dapat menimbulkan *ighra'*, tidak menggunakan media atau cara yang mengarah pada pornografi dan pornoaksi yang justeru dapat merusak citra dan reputasi perusahaan.

¹⁸⁷ Thabit Thabit and Manaf Raewf, "The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study," *International Journal of Social Sciences & Educational Studies* 4, no. 4 (2018): 103.

¹⁸⁸ Manoj Kumar Jain, "An Analysis of Marketing Mix: 7Ps or More," *Asian Journal of Multidisciplinary Studies* 1, no. 4 (2013): 25-26.

¹⁸⁹ Yaakob et al., "A Critical Analysis of Halal Marketing in Malaysia's Multi-Level Marketing (MLM) Industry," 6-8.

Dalam penjualan langsung berjenjang terdiri atas beberapa bentuk transaksi muamalah yang akumulatif yang perlu dinilai status hukum setiap bagiannya. Aktifitas yang dilakukan dalam sistem penjualan langsung berjenjang meliputi sistem rekrutmen anggota, jual beli barang, wakalah, pemberian bonus, dan manajemen korporasi syariah. Semuanya itu disyaratkan harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah baik terhadap tujuan, proses, hingga hasil yang diperoleh dari transaksi muamalah tersebut. Salah satu rujukannya di Indonesia khususnya bagi kalangan pelaku usaha penjualan langsung berjenjang syariah berpedoman pada Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

E. PLBS dalam Sistem Ekonomi Syariah di Indonesia

Implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menjadi pilarnya juga terus dijaga agar tetap berjalan secara konsisten sesuai dengan tujuan yang terkandung dalam sistem ekonomi syariah. Telaah kritis atas penyelenggaraan ekonomi syariah di Indonesia telah dan terus dilakukan kalangan akademisi maupun praktisi. Dalam bidang keuangan syariah misalnya di perbankan syariah, pertumbungan bank syariah tahun 2008-2015 dinilai masih tertinggal dibandingkan bank konvensional sehingga diperlukan kekuatan integratif dan evolutif dari pemangku kebijakan,¹⁹⁰ salah satunya dengan mengintergrasikan tiga bank syariah milik BUMN yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.¹⁹¹ Namun dari aspek hukum, dengan adanya dukungan regulasi UU Perbankan Syariah, perkembangan perbankan syariah semakin pesat dan terbukti mampu bertahan ditengah krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998 lalu.¹⁹² Apalagi dengan adanya Peraturan

¹⁹⁰ Nugroho et al., "The Urgency of Allignment Islamic Bank to Increasing the Outreach (Indonesia Evidence)," 286-287.

¹⁹¹ "Indonesia Launches Its Biggest Islamic Bank after Year-Long Merger Talks," Arab News, February 1, 2021, <https://arab.news/rjx5h>; Humas BPKH, "Pentingkah Merger Bank Syariah? Simak 9 Fakta Ini - BPKH," accessed May 18, 2022, <https://bpkh.go.id/pentingkah-merger-bank-syariah-simak-9-fakta-ini/>.

¹⁹² Utama, "History and Development of Islamic Banking Regulations in the National Legal System of Indonesia," 45.

Presiden Nomor 28 Tahun 2020 yang menjadi payung hukum pembentukan KNEKS (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah) yang sebelumnya bernama KNKS¹⁹³ (Komite Nasional Keuangan Syariah) merupakan bentuk konkret keberpihakan dan keseriusan pemerintah untuk mengembangkan ekonomi Islam di Indonesia. KNEKS merupakan lembaga Independen nonstruktural yang bertugas mempercepat, memperluas dan memajukan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dalam rangka memperkuat ketahanan ekonomi nasional. KNEKS bertugas menjalankan lima fungsi, salah satunya adalah memberikan rekomendasi arah kebijakan dan program strategis pembangunan nasional di sektor ekonomi dan keuangan syariah (Pasal 5 huruf a Perpres 28/2020). Ketentuan ini dapat menjadi momentum perwujudan ekosistem ekonomi syariah melalui penguatan regulasi ekonomi syariah khususnya pada aspek bisnis syariah berupa PLBS di bidang hukum perdagangan nasional.

¹⁹³ Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah

BAB 4

SERTIFIKASI SYARIAH DAN PENGAWASAN TERHADAP PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

A. Pengertian Sertifikasi Syariah dan Pengawasan Kepatuhan Syariah

Sertifikasi syariah terdiri atas dua kata yang perlu diuraikan masing-masing maknanya. Sertifikasi menurut Kamus besar Bahasa Indonesia adalah kegiatan penyertifikatan yang dilakukan oleh orang yang berwenang untuk mendapatkan tanda atau surat keterangan (pernyataan) tertulis atau tercetak dari orang yang berwenang tersebut yang dapat digunakan sebagai bukti kepemilikan atau suatu kejadian.¹⁹⁴

Adapun kata syariah berasal dari Bahasa Arab “*syar'a as-syai'*” yang berarti menjelaskan sesuatu. Atau dari kata “*asy-syir'ah*” dan “*asy-syari'ah*” yang berarti “sumber air” atau “sumber kehidupan” yang tidak pernah terputus dan orang yang datang ke sana tanpa memerlukan alat.¹⁹⁵ Kata syariah disebut sebanyak lima kali dalam Al-Qur'an, di antaranya QS. Al- Syûrâ/42: 21, QS. Al-Maidah/5: 48, QS. Al-Jatsiyah/45: 18. Yang terakhir inilah yang paling sering dijadikan salah satu konsep kunci dalam Islam yaitu syariah. Kata syariah memiliki banyak arti. Menurut ar-Razi dalam buku berjudul *Mukhtar al Shihab* yang dikutip Nurhayati, syariah dapat berarti *nahaja* (menempuh), *awdhaha* (menjelaskan) dan *bayyan al-masalik* (menunjukkan jalan), sedangkan Al-Jurnani berpendapat syariah artinya mazhab dan jalan yang lurus.¹⁹⁶ Ali menjelaskan bahwa syariah merupakan jalan hidup muslim karena

¹⁹⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keempat (Jakarta: PT. Gramedia, 2015), 1290.

¹⁹⁵ Yusuf al-Qaradhawi, *Fiqh Maqashid Syariah, Moderasi Islam Antara Aliran Tektual dan Aliran Liberal*, diterjemahkan oleh Munandar Riswanto dari judul asli: *Dirasah fi fiqh Maqashid Asy-Syari'ah* (Jakarta Timur: Pustaka al-Kautsar, 2007), 13.

¹⁹⁶ Nurhayati Nurhayati, “Memahami Konsep Syariah, Fikih, Hukum Dan Ushul Fikih,” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (December 16, 2018): 127–28, <https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i2.1620>.

memuat ketetapan-ketetapan Allah Swt. dan ketentuan Rasul-Nya berupa larangan maupun perintah yang meliputi seluruh aspek hidup dan kehidupan manusia.¹⁹⁷ Ada dua istilah yang digunakan untuk menunjukkan hukum Islam: syariah Islam (*law*) atau biasa di Indonesia disebut hukum syari'at/hukum syarak, dan fikih Islam (*Islamic Jursprudence*). Syariah sebagai landasan fikih, sedangkan fikih adalah pemahaman tentang syariat.¹⁹⁸

Dengan demikian, sertifikasi syariat dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan pemeriksaan dan penilaian suatu kegiatan/usaha penjualan langsung berjenjang atau PLB oleh suatu badan usaha dengan tujuan mendapat jaminan tertulis bahwa kegiatan/usaha tersebut telah memenuhi prinsip-prinsip syariah (sesuai dengan ketentuan Allah Swt. dan Rasul-Nya) yang diatur dalam suatu pedoman atau regulasi oleh lembaga/badan yang memiliki kompetensi dan otoritas. Berkenaan dengan kompetensi dan otoritas yang dimiliki DSN MUI, sertifikat syariah merupakan sertifikat yang diterbitkan oleh DSN MUI sebagai pernyataan bahwa akad, produk, dan/atau kegiatan LBS dan/atau LPS telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah/fatwa DSN MUI.¹⁹⁹

LBS dan LPS yang telah menerima sertifikat syariah wajib menjalankan secara konsisten hal-hal yang telah ditetapkan sebagaimana ditegaskan dalam sertifikat syariah. Untuk memastikannya, DSN MUI bertugas melakukan pengawasan dengan melibatkan perangkat eksternal yaitu Dewan Pengawas Syariah.

Pengawasan secara etimologi berasal dari kata dasar awas ditambah imbuhan peng- dan -an, dimaknai penilikan dan penjagaan. Dalam konteks manajemen, pengawasan adalah penilikan dan pengarahan kebijakan jalannya perusahaan.²⁰⁰

¹⁹⁷ Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum di Indonesia*, 6th ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 46.

¹⁹⁸ Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah*, 19.

¹⁹⁹ Ketentuan Umum Pasal 1 angka 15 Peraturan Organisasi MUI Nomor 11/PO-MUI/VIII/2021 tentang Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga DSN MUI

²⁰⁰ "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed April 22, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengawasan>.

Situmorang mengemukakan bahwa pengawasan adalah setiap usaha dan tindakan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tugas yang dilaksanakan menurut ketentuan dan sasaran yang hendak dicapai.²⁰¹ Pengawasan bertujuan untuk menghindari adanya suatu kemungkinan penyimpangan atau penyelewengan atas tujuan yang akan dicapai. Melalui pengawasan diharapkan dapat membantu melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan secara efektif dan efesien. Pengawasan juga dapat mendeteksi sejauh mana penyimpangan yang terjadi dalam pelaksanaan kerja tersebut. Pengawasan menurut Ndraha yang dikutip Widanarto berfungsi untuk: peningkatan kinerja organisasi; pemberian opini atas kinerja organisasi; dan pemberian rekomendasi kepada manajemen untuk melakukan koreksi atas masalah pencapaian kinerja yang ada agar memberikan nilai tambah bagi peningkatan kinerja penyelenggara, baik secara internal maupun eksternal.²⁰²

Dalam konteks pengawasan, khususnya terhadap PLBS, fungsi pengawasan sangat diperlukan guna menjamin terlaksananya kepatuhan syariat (*sharia compliance*) atas ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan DSN MUI dalam fatwa PLBS. Sebagai contoh pada industri perbankan syariah, Segarawasesa dan beberapa peneliti sebelumnya membuktikan bahwa jumlah Dewan Pengawas Syariah berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan Syariah.²⁰³ Terlebih pada industri PLBS yang memiliki kompleksitas aspek kepatuhan syariah sehingga membutuhkan pengawasan yang lebih ekstra oleh DPS dibandingkan dengan industri keuangan syariah. Objek pengawasan di lembaga

²⁰¹ Makmur, *Kebijakan Kelembagaan Pengawasan* (Bandung: Reflika Aditama, 2011), 176.

²⁰² Agustinus Widanarto, "Pengawasan Internal, Pengawasan Eksternal dan Kinerja Pemerintah," *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 12, no. 1 (February 5, 2013): 2, <https://jiana.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIANA/article/view/899>.

²⁰³ Fajar Satriya Segarawasesa, "Analysis of Factors Affecting Sharia Compliance Levels in Sharia Banks in Indonesia," *Asian Journal of Islamic Management*, June 1, 2021, 59 dan 64, <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art6>; Pengaturan tentang DPS perlu diperjelas. Baca: Wempy Setyabudi Hernowo and Muhammad Fikri Aufa, "Dewan Pengawas Syariah Koperasi Syariah dalam Bias Pengaturannya," *Pandecta Research Law Journal* 16, no. 2 (2021): 368–79, <https://doi.org/10.15294/pandecta.v16i2.32360>.

keuangan syariah bersifat internal: produk dan manajemen perusahaannya saja, sedangkan di PLBS meliputi produk, *marketing plan*, transaksi, manajemen perusahaan, dan aktivitas membernya baik dalam pemasaran maupun pembinaan yang tersebar diberbagai pelosok.

B. Landasan Normatif Penyelenggaraan Sertifikasi dan Pengawasan PLBS

Sertifikasi dan pengawasan kepatuhan syariah terhadap bisnis penjualan langsung berjenjang syariah yang dilakukan DSN MUI khususnya untuk masa khidmat 2021-2025 sementara ini memiliki regulasi yang bersifat internal dari organisasi induknya yakni MUI. Kementerian Perdagangan sendiri selaku Lembaga yang membidangi perdagangan secara langsung dalam negeri belum mengatur baik secara implisit maupun eksplisit mengenai sertifikasi dan pengawasan kepatuhan syariah atas bisnis PLBS ini.

Setidaknya ada beberapa landasan normatif yang dijadikan acuan DSN MUI dalam melakukan sertifikasi dan pengawasan PLBS, sebagai berikut:

1. UU Perseroan Terbatas Pasal 109 yang menyatakan bahwa perseroan dapat menjalankan usaha berbasis syariah dengan syarat mempunyai Dewan Pengawas Syariah untuk memberikan nasihat dan saran kepada direksi serta mengawasi kepatuhan syariah usaha tersebut. Syarat ini pula yang kemudian diatur dalam regulasi internal DSN MUI.
2. Keputusan MUI Nomor Kep-146/DP-MUI/XII/2020 tentang Susunan Pengurus DSN MUI masa khidmat 2021-2025.
3. Peraturan Organisasi MUI Nomor 11/PO-MUI/VIII/2021 tentang Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD-ART) DSN MUI. Ketentuan sertifikasi terdapat pada Pasal 4 huruf i, dan pengawasan termasuk sebagai wewenang DSN MUI pada Pasal 5 huruf a, b, c, dan d Anggaran Dasar dan Pasal 3 Anggaran Rumah Tangga DSN MUI yang dilaksanakan oleh Badan Pengurus Harian DSN MUI.

4. SOP-DSN-MUI/02 tentang Pemberian Rekomendasi DPS. SOP ini relevan dengan ketentuan Pasal 109 UU Perseroan Terbatas tersebut pada poin a di atas.
5. SOP-DSN-MUI/04 tentang Penerbitan Sertifikat Kesesuaian Syariah. SOP ini mengatur tahapan prosedur penerbitan sertifikat yang diawali dari permohonan oleh LBS dan LPS, verifikasi hingga putusan rapat BPH DSN MUI.
6. Selain sertifikat kesesuaian syariah, DSN MUI juga dapat mengeluarkan pernyataan kesesuaian syariah atas permohonan otoritas terkait seperti OJK dan LKS/LBS/LPS. Tugas ini dilaksanakan mengacu pada SOP-DSN-MUI/05 tentang Standar Prosedur Operasi Penerbitan Pernyataan Kesesuaian Syariah.

C. Kewenangan Sertifikasi dan pengawasan PLBS melalui DSN-MUI

1. Sejarah Pembentukan DSN MUI

DSN MUI adalah salah satu dari 11 (sebelas) lembaga di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). MUI merupakan organisasi kemasyarakatan (ormas) yang bersifat independen, yang berdiri pada tanggal 7 Rajab 1395 Hijriah, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta.²⁰⁴ Secara kelembagaan, DSN MUI lahir melalui Surat Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia Nomor Kep-754/MUI/II/1999 tentang Pembentukan Dewan Syari'ah Nasional MUI tertanggal 10 Februari 1999.²⁰⁵

Kelahiran DSN MUI telah direncanakan pada waktu acara lokakarya dan pertemuan ulama yang bertema "bunga bank dan pengembangan ekonomi rakyat" pada tanggal 19-22 Agustus 1990 di Bogor yang berkesimpulan bahwa Bunga bank sama dengan riba dan merekomendasikan agar pemerintah

²⁰⁴ "Sejarah MUI," Majelis Ulama Indonesia (blog), August 13, 2018, <https://mui.or.id/sejarah-mui>.

²⁰⁵ "Sekilas – DSN-MUI," accessed April 6, 2022, <https://dsnmui.or.id/kami/sekilas/>.

menfasilitasi pendirian bank berdasarkan prinsip syariah.²⁰⁶ Kemudian rencana tersebut dibahas kembali pada Lokakarya Ulama yang diselenggarakan MUI Pusat pada tanggal 29-30 Juli 1997 di Jakarta dan merekomendasikan pembentukan DSN yang kemudian ditindaklanjuti oleh MUI dengan melakukan rapat Tim Pembentukan Dewan Syariah Nasional pada tanggal 14 Oktober 1997. Setelah dua tahun berlalu, akhirnya Dewan Pimpinan MUI menerbitkan Surat Keputusan Pembentukan Dewan Syariah Nasional MUI dengan Nomor Kep-754/MUI/II/1999 tertanggal 10 Februari 1999.²⁰⁷

Pada awalnya DSN MUI mengeluarkan fatwa yang berkenaan dengan penyelenggaraan perbankan syariah dan terus berkembang produktif hingga merambah pada aspek layanan keuangan syariah nonbank dan bisnis syariah lainnya sebagai bagian dari sistem ekonomi syariah. Status DSN MUI adalah Lembaga yang melaksanakan tugas MUI dalam menetapkan fatwa dan berbagai derivasinya tentang ekonomi, keuangan dan bisnis syariah serta mengawasi penerapannya demi menumbuhkembangkan usaha bidang ekonomi, bisnis, dan keuangan syariah di Indonesia.

2. Kepengurusan dan Tata Kerja DSN MUI

Kelembagaan DSN MUI terdiri atas struktur kepengurusan dan tata kerja yang telah dituangkan dalam peraturan tersendiri. Sejak pertama kali dibentuknya DSN MUI pada tahun 1999 dengan dikeluarkannya SK MUI Nomor Kep.200/MUI/III/2003 tentang Susunan Pengurus DSN masa bakti 2000-2005 hingga sekarang telah dijalankan empat periode kepengurusan dengan masa bakti lima tahun sekali.²⁰⁸ Kepengurusan yang sedang berlangsung sekarang masa khidmad 2021-2025 berdasarkan Keputusan Nomor Kep-146/DP-MUI/XII/2020 dan organisasi DSN MUI terdiri atas perangkat internal dan eksteral sebagaimana diatur dalam peraturan organisasi MUI Nomor 11/PO-MUI/VIII/2021

²⁰⁶ M. Cholil Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: UI-Press, 2011), 82.

²⁰⁷ "Sekilas – DSN-MUI."

²⁰⁸ Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah*, 85.

tentang Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD-ART) DSN MUI.²⁰⁹

Perangkat internal terdiri atas badan pengawas, badan pengurus, badan pelaksana harian, dan petugas sekretariatan. Pada badan pelaksana harian periode yang sedang berjalan ini terdiri atas ketua yakni Dr.K.H. Hasanudin, M.Ag, dibantu wakil ketua sebanyak 4 orang, sekretaris Prof. Dr. Jaih Mubarok, SE., MH., M.Ag dibantu wakil sekretaris sebanyak 4 orang, bendahara M. Gunawan Yasni SE., Ak., MM., CIFA., CRP., CA., dibantu 3 orang wakil bendahara. Ada empat bidang yang ditangani dalam kepengurusan ini yaitu bidang perbankan syariah, bidang pasar modal syariah, bidang IKBN syariah, bidang industri, bisnis dan ekonomi syariah, dan bidang edukasi, sosialisasi dan literasi/DSN MUI Institute.

Selain perangkat internal di atas, DSN MUI juga memiliki perangkat eksternal terdiri dari: Dewan Pengawas Syariah (DPS); Penasihat Syariah; Komite Syariah; Tim Ahli Syariah (TAS); dan perangkat lainnya sesuai keperluan. DSN MUI memiliki enam koordinator wilayah perwakilan meliputi Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Nusa Tenggara Barat, Sumatera Utara, dan Kalimantan Selatan.²¹⁰ Masing-masing elemen Lembaga ini mempunyai wilayah dan tata kerja sendiri dalam rangka menguatkan posisi DSN MUI sebagai pusat produksi fatwa.²¹¹

Tata kerja DSN MUI dipandu dengan AD ART dan 12 standar operasional prosedur (SOP) dalam rangka melaksanakan fungsi dan wewenang DSN MUI. Keduabelas SOP dimaksud terdiri atas:²¹² a. SOP 01 tentang Penetapan Fatwa DSN MUI; b. SOP 02 tentang Pemberian Rekomendasi DPS; c. SOP 03 tentang Pemberian Rekomendasi TAS; d. SOP 04

²⁰⁹ Pasal 7 AD ART DSN MUI

²¹⁰ "Sekilas – DSN-MUI."

²¹¹ Muh. Salahuddin, *Maqasid Al-Syari'ah Dalam Fatwa Ekonomi DSN MUI* (Mataram: LP2M UIN Mataram, 2017), 130.

²¹² "Ragam SOP – DSN-MUI," accessed April 20, 2022, <https://dsnmui.or.id/kami/ragam-sop/>.

tentang Penerbitan Sertifikat Kesesuaian Syariah; d. SOP 05 tentang Penerbitan Pernyataan Kesesuaian Syariah; e. SOP 06 tentang Penerbitan Pernyataan Keselarasan Syariah; f. SOP 07 tentang Permohonan Sambutan DSN MUI; g. SOP 08 tentang Narasumber DSN MUI; h. SOP 09 tentang Pelaksanaan Pelatihan Pengawas Syariah; i. SOP 10 tentang Rekruitmen Karyawan DSN MUI; j. SOP 11 tentang Pengadaan dan Pendistribusian Barang; dan k. SOP 12 tentang Review Ulang Fatwa DSN MUI.

Semua elemen kepengurusan DSN MUI memiliki fungsi dan tugas yang tertuang dalam Anggaran Dasar DSN MUI Pasal 7 s.d 16 sebagai berikut:

- a. Badan Pengawas, ditunjuk dan diangkat oleh Dewan Pimpinan MUI, yang terdiri dari para ulama yang kompeten dan berkhidmat dalam mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah. Badan Pengawas yang terdiri dari ketua dan anggota ini berfungsi dan bertugas mengawasi dan memberikan nasihat untuk pengembangan DSN MUI.
- b. Badan Pengurus, ditunjuk dan diangkat oleh Pimpinan MUI sesuai masa khidmat pimpinan MUI, yang terdiri dari unsur ulama, perwakilan otoritas, praktisi dan para pakar di bidang terkait dengan fikih muamalah, keuangan, bisnis dan perekonomian syariah. Fungsi dan tugasnya adalah menetapkan, mengubah, atau mencabut berbagai fatwa yang terkait produk atau jasa LKS, LBS, dan LPS lainnya, dba menetapkan kebijakan strategis DSN MUI.
- c. Badan Pelaksana Harian atau BPH DSN MUI yang ditunjuk dan diangkat oleh Dewan Pimpinan MUI, yang berfungsi sebagai pelaksana tugas-tugas DSN MUI sehari-hari yang dimandatkan Badan Pengurus.
- d. Sekretariat DSN MUI Perwakilan, sebagai alat kelengkapan organisasi yang melaksanakan tugas-tugas DSN MUI bersifat kewilayahan.
- e. Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai perangkat eksternal DSN MUI yang bertugas mengawasi pelaksanaan fatwa dan keputusan DSN MUI pada LKS, LBS, dan LPS lainnya

- berdasarkan peraturan organisasi DSN MUI dan peraturan perundang-undangan yang berlaku setelah mendapatkan rekomendasi dari DSN MUI. Untuk itu DPS bertanggung jawab kepada DSN MUI dalam melaksanakan tugasnya.
- f. Penasihat Syariah, yaitu dewan yang bertugas utama memberikan nasihat dan opini syariah dalam aspek syariah agar sejalan dengan fatwa dan keputusan DSN MUI. Tugas ini dilakukan pada Lembaga, otoritas, badan pengelola dan/atau lembaga lainnya berdasarkan rekomendasi dari DSN MUI.
 - g. Komite Syariah, memiliki tugas utama sama seperti penasihat syariah namun ada tambahan yakni melakukan reviu dalam aspek syariah agar sesuai dengan fatwa dan keputusan DSN MUI. Tugas ini pun dilakukan pada Lembaga, otoritas, badan pengelola dan/atau lembaga lainnya harus berdasarkan rekomendasi DSN MUI.
 - h. Tim Ahli Syariah yang direkomendasikan DSN MUI dan bertanggung jawab kepada DSN MUI dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya yakni memberikan opini syariah atas dasar reviu terhadap dokumen-dokumen yang diterima tim ini agar produk dan/atau aktivitas perusahaan/lembaga/badan sejalan dengan fatwa dan keputusan DSN MUI.
3. Tugas dan Wewenang DSN MUI

DSN MUI memiliki visi “memasyarakatkan ekonomi syariah dan mensyariahkan ekonomi masyarakat” dan misi “menumbuhkembangkan ekonomi syariah dan lembaga keuangan/bisnis syariah untuk kesejahteraan umat dan bangsa”. Visi dan misi ini ditetapkan dalam Surat Keputusan DSN MUI Nomor 01 Tahun 2000 tentang Pedoman Dasar DSN MUI.²¹³

Untuk menjalankan visi misi tersebut, DSN MUI diberikan tugas dan wewenang. Ada 12 (dua belas) tugas yang menjadi tanggung jawab DSN MUI, tiga di antaranya berkaitan

²¹³ "Sekilas – DSN-MUI."

erat dengan fatwa PLBS, yaitu, *pertama*, menetapkan fatwa atas sistem, kegiatan, produk, dan jasa Lembaga Keuangan Syariah (LKS), Lembaga Bisnis Syariah (LBS), dan Lembaga Perekonomian Syariah (LPS) lainnya. *Kedua*, memberikan rekomendasi calon anggota dan/atau mencabut rekomendasi anggota DPS pada LKS, LBS, dan LPS lainnya. *Ketiga*, menerbitkan sertifikat kesesuaian syariah atas sistem, kegiatan, produk, dan jasa di LKS, LBS, dan LPS lainnya yang memerlukan.²¹⁴

Adapun wewenang DSN MUI terdiri dari enam hal:²¹⁵

- a. Memberikan peringatan kepada LKS, LBS, dan LPS lainnya untuk menghentikan penyimpangan dari fatwa yang diterbitkan oleh DSN-MUI;
 - b. Merekendasikan kepada pihak yang berwenang untuk mengambil tindakan apabila peringatan tidak diindahkan;
 - c. Membekukan dan/atau membatalkan sertifikat syariah bagi LKS, LBS, dan LPS lainnya yang melakukan pelanggaran;
 - d. Menyetujui atau menolak permohonan LKS, LBS, dan LPS lainnya mengenai usul penggantian dan/atau pemberhentian DPS pada lembaga yang bersangkutan;
 - e. Merekendasikan kepada pihak terkait untuk menumbuhkembangkan usaha bidang keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah; dan
 - f. Menjalin kemitraan dan kerjasama dengan berbagai pihak, baik dalam maupun luar negeri untuk menumbuhkembangkan usaha bidang keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah.
4. Kedudukan dan Otoritas DSN MUI dalam Perekonomian Syariah di Indonesia

Kedudukan DSN MUI telah mendapat legitimasi dalam peraturan perundang-undangan yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; UU No. 18 Tahun 2008 tentang Surat

²¹⁴ "Sekilas – DSN-MUI," dan Pasal 4 AD ART DSN MUI.

²¹⁵ lihat Pasal 5 dalam AD ART DSN MUI dan "Sekilas – DSN-MUI."

Berharga Syariah Negara; dan regulasi lembaga keuangan syariah nonbank di bawah UU di antaranya bidang Asuransi Syariah, Koperasi Syariah, dan Pegadaian Syariah. Kedudukan DSN MUI sebagai lembaga yang memiliki otoritas tersebut awalnya tersirat dalam UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang menyatakan dengan tegas bahwa perbankan syariah baik bank umum syariah maupun bank perkreditan rakyat syariah merupakan bagian dari perbankan nasional.²¹⁶ Selanjutnya secara teknis keberadaan DSN MUI dilegitimasi melalui regulasi perbankan di Indonesia berupa Putusan Direksi Bank Indonesia Nomor 32/34/1999 dan disusul beberapa peraturan Bank Indonesia. Pasal 31 Putusan Direksi Bank Indonesia Nomor 32/34/1999 mensyaratkan bank umum syariah wajib memperhatikan fatwa DSN MUI dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan usahanya dan wajib meminta fatwa DSN MUI apabila ada kegiatan usaha baru.²¹⁷ Untuk itu DSN MUI sebagai satu-satunya lembaga yang diberi amanat melalui peraturan perundang-undangan untuk menetapkan fatwa-fatwa tentang ekonomi dan keuangan syariah bagi masyarakat umum dan Lembaga Keuangan Syariah sebagai dasar hukum operasional.²¹⁸

Karni menyebut ada tiga elemen otoritas syariah, yaitu: otoritas produksi fatwa, proses transformasi fatwa dalam hukum positif, dan mekanisme pengawasan kepatuhan syariah. Pertama, DSN MUI memiliki otoritas memproduksi fatwa. Sejauh ini DSN MUI telah mengeluarkan fatwa sebanyak 141 fatwa sejak tahun 2000 hingga 2021.²¹⁹ Kedua, otoritas DSN MUI dapat mengikat secara hukum bagi publik melalui proses positivisasi fatwa atau transformasi fatwa menjadi regulasi. Hal

²¹⁶ Lihat Pasal 1 butir 12, Pasal 7 huruf c, Pasal 8 ayat (1 & 2), Pasal 11 ayat (1) & (4a), Pasal 13, Pasal 29 ayat (3) dan Pasal 37 ayat (1) huruf c.

²¹⁷ Nafis, *Teori Hukum Ekonomi Syariah*, 83–84.

²¹⁸ Surat Keputusan Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 02 Tahun 2000 tentang Pedoman Dasar DSN MUI Nomor 01 Tahun 2000 pada bagian tugas dan wewenang.

²¹⁹ “Fatwa – DSN-MUI,” accessed April 6, 2022, <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/>.

ini berlaku bagi negara penganut *nation-state* seperti Indonesia, sehingga memerlukan fase peralihan dari fatwa menjadi regulasi yang dikeluarkan lembaga berwenang, karena fatwa pada dasarnya tidak berkekuatan mengikat. Sudah banyak regulasi di bidang perbankan syariah, pasar modal syariah, asuransi syariah dan bisnis-bisnis berbasis syariah lainnya yang menjadikan fatwa DSN MUI sebagai bahan hukumnya. Ketiga, otoritas DSN MUI dalam melakukan pengawasan kepatuhan atas fatwa yang telah ditetapkannya.²²⁰

Dengan demikian kedudukan dan otoritas DSN MUI dalam sistem perekonomian Syariah di Indonesia sangat penting yakni sebagai satu-satunya lembaga yang diamanatkan oleh peraturan perundang-undangan untuk menetapkan fatwa tentang kegiatan ekonomi syariah dan melegalkan ketentuan hukum Islam terhadap LKS, LBS, dan LPS lainnya dalam menjalankan kegiatannya.²²¹

²²⁰ Asrori S. Karni, "Rekonstruksi Asas Otoritas Syariah dalam Hukum Perbankan: Studi Komparasi Beberapa Negara Muslim," *Jurnal Mahkamah : Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 4, no. 2 (December 23, 2019): 139–40, <https://doi.org/10.25217/jm.v4i2.640>.

²²¹ Abdurrohman Kasdi, "Contribution of National Sharia Council Fatwa of Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI) in The Islamic Economic Development in Indonesia," *IQTISHADIA* 11, no. 1 (July 24, 2018): 55, <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v11i1.3187>.

BAB 5

MENYOAL KEPASTIAN HUKUM LEMBAGA BISNIS PLBS DALAM HUKUM PERDAGANGAN DI INDONESIA

A. Kekosongan Norma Kelembagaan PLBS dalam Hukum Perdagangan

Ketidakpastian hukum adalah suatu keadaan dimana hukum tidak dapat menjamin pemenuhan hak dan kewajiban subjek hukum yang menjadi sasarannya disebabkan tidak jelasnya orientasi. Orientasi dimaksud menurut Sudikno Mertokusumo adalah kejelasan rumusan norma, sehingga dapat dijadikan pedoman bagi masyarakat yang terkena peraturan itu.²²² Ketidakpastian hukum dapat berupa kekosongan hukum, tidak adanya kejelasan dalam norma hukum, ataupun adanya disharmoni di antara peraturan perundang-undangan berupa konflik antar norma hukum.

Semenjak adanya Fatwa DSN MUI tentang PLBS, industri PLBS yang berkembang di Indonesia secara *de facto* telah menjadi bagian dalam sistem perdagangan nasional, namun secara *de jure* lembaga bisnis PLBS belum mendapatkan legitimasi dari UU Perdagangan beserta aturan organiknya yakni Permendag 70/2019 dan PP 29/2021, dan UU Perseroan Terbatas. Hal ini mengakibatkan terjadinya ketidakpastian hukum bagi kelembagaan PLBS di Indonesia. Ketidakpastian hukum dimaksud bersumber dari kekosongan norma hukum dalam regulasi PLB dan kekaburuan hukum dalam Pasal 109 UU Perseroan Terbatas.

1. Kekosongan Norma Kelembagaan PLBS dalam Regulasi PLB

UU Perdagangan dan peraturan organiknya tentang PLB sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya secara eksplisit tidak mengakomodir perdagangan dengan sistem penjualan langsung yang berbasis syariat. Hal ini dapat dipahami dari konsideran maupun norma hukum yang tertera pada UU Perdagangan maupun Permendag 70/2019 ataupun PP 29/2021

²²² Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Liberty, 2009), 160.

yang telah disebutkan pada pembahasan sistem perizinan dan pengawasan PLB pada BAB II di atas.

Sistem PLBS memiliki koridor yang berbeda dengan PLB konvensional. Untuk menyelami perbedaan tersebut berikut peneliti paparkan perbandingan substansi ketentuan PLBS dalam Fatwa DSN MUI dengan norma PLB dalam regulasi yang berlaku tersebut pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Kekosongan Prinsip-Prinsip Syariah dalam regulasi PLB

No	Substansi	Fatwa PLBS	Regulasi PLB	Norma Kosong
1	Objek Transaksi	Barang dan Jasa: harus riil, dapat diperjualbelikan, dan harus halal (bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram)	Barang dan Jasa. Sejak Permendag 70/2019 objek transaksi dibatasi hanya berupa barang. Syarat: izin edar atau memenuhi standar mutu.	Tidak ada syarat kehalalan produk
2	Transaksi dan Event	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak mengandung unsur <i>gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat</i>; - Tidak melakukan kegiatan <i>money game</i>; - Penggunaan akad-akad tertentu sesuai dengan jenis transaksi yang dilakukan. Akad yang direkomendasikan DSN MUI: <i>Bai' atau Murabahah</i> (jual beli), <i>Wakalah bil ujroh / ijarah</i> (upah kerja) dan 	Anti piramida dan larangan <i>money game</i> sama dengan anti <i>gharar, maysir, dharar, dan dzulm</i>	Tidak mengatur larangan riba dan maksiat

		<p><i>Ju'alah</i> (memberikan imbalan sesuai dengan hasil yang dicapai);</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 		
3	Harga/ Biaya	Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (<i>excessive mark-up</i>), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;	Sesuai ketentuan batas komisi dan/atau bonus	-
4	Komisi	Komisi tidak mengandung money game: 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	Paling banyak 40% dari omset, diubah menjadi maksimal 60% dari omset (PP 29/2021)	-

		harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.		
5	Bonus	<p>Bonus anti money game:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan; - Tidak ada eksplorasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya; 	Paling banyak 40% dari omset, diubah menjadi maksimal 60% dari omset (PP 29/2021)	-
6	Pembinaan downline	<p>Anti Piramida:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa; 	Wajib melakukan pembinaan dan atau penjualan barang	-

		<ul style="list-style-type: none"> - Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut; 		
7	Promosi	<p>Anti Piramida dan money game:</p> <p>Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan <i>ighra'</i> (buaian, iming-iming), agar anggota tidak berorientasi hanya mengejar komisi atau bonus misalnya dengan melakukan rekayasa jaringan.</p>	<p>Komisi dan bonus harus sesuai dengan prestasi anggota dalam membentuk jaringan berbasis penjualan barang</p>	-

Hasil perbandingan di atas menunjukkan adanya kekosongan norma meliputi pengaturan larangan riba dan maksiat, dan kewajiban produk halal dalam regulasi dalam Permendag 70/2019 maupun PP 29/2021. Ketiga hal itu merupakan bagian penting dan substantif dalam prinsip-prinsip ekonomi syariah. Menurut Jauhari, perbedaan mendasar antara PLBS dengan PLB konvensional dengan merujuk pada 12 (dua belas) persyaratan PLBS yang ditentukan dalam Fatwa DSN MUI tentang PLBS. Perbedaan itu menyangkut organisasi, produk, bonus dan *marketing plan*.²²³

Pertama, secara organisasi, perusahaan PLBS harus memiliki DPS untuk mengawasi kegiatan bisnis dan memberikan pembinaan agar semua kegiatan perusahaan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Kedua, produk yang dijual dalam PLBS harus halal dan layak (*thoyyib*) dikonsumsi secara syariat Islam. Sementara dalam PLB konvensional tidak ada penegasan harus menggunakan/menjual produk barang yang halal.

Ketiga, perusahaan harus terbebas dari hal-hal yang diharamkan dalam *marketing plan* dan bonus, yaitu unsur judi (*maysir*), penipuan dan ketidakjelasan (*gharar*), riba, dan maksiat. PLB Konvensional yang legal juga melarang unsur judi dan penipuan berupa praktik *money game* atau skema piramida, namun tidak menekankan pada larangan riba dan maksiat. Secara etika, keuntungan maksimal dalam PLBS berlandaskan pada rasionalitas ekonomi yang berbasiskan etika Islami, sementara PLB konvensional mengacu pada etika bisnis secara umum, tidak bersandar pada ideologi agama.²²⁴

²²³ Muhammad Sofwan Jauhari, "MLM Syariah dan MLM Konvensional? Beda!" *K-Link Indonesia* (blog), September 15, 2014, <https://k-link.co.id/id/mlm-syariah-dan-mlm-konvensional-beda/>.

²²⁴ Rasionalitas dalam ekonomi Islam sangat dipengaruhi oleh eksternalitas yang mendorong untuk berbuat baik kepada sesama sesuai dengan kodrat manusia. Altruisme, humanity-bounded rationality dan social considerations merupakan rasionalitas yang dikembangkan ekonomi Islam yang didasarkan pada sumber otoritatif (Al-Qur'an dan sunah). Ali Amin Isfandiar, "Melacak Teori Rasionalitas Ekonomi Berbasis Islamic Ethics," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (December 1, 2015): 23–41, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.23-41>.

Ketiga perbedaan tersebut menjadi landasan perlunya legitimasi kesesuaian syariat bagi perusahaan PLB oleh DSN MUI melalui proses sertifikasi hingga pengawasannya.

Kekosongan norma ini pun tentu berimplikasi pada pengaturan syarat perizinan dan pengawasan bisnis PLBS. Berikut penjelasannya:

Pertama, terkait perizinan PLBS, dalam regulasi perdagangan nasional tidak mengatur syarat dan prosedur khusus bagi Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha berprinsip syariah. Kekosongan hukum persyaratan untuk PLBS dapat dicermati pada Pasal 24 ayat (4) UU Perdagangan yang dijabarkan lebih lanjut dalam Permendag 70/2019 (Pasal 1 angka (7), Pasal 4, Pasal 5, dan Pasal 17) ataupun PP 29/2021 (Pasal 1 angka 21, Pasal 43, Pasal 49, dan Pasal 50). Begitupun dalam proses verifikasi terhadap *marketing plan* (Pasal 43 ayat (2) PP 29/2021), kode etik (Pasal 43 ayat (3) PP 29/2021), dan kontrak kerja sama dengan mitra *supplier* produk dalam PLB tidak membedakan antara perusahaan yang berbasis syariat ataupun konvensional (terkait penggunaan akad, produk halal, dan rekening bank syariah). Proses verifikasi dokumen dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, dan khusus verifikasi program pemasaran dilakukan oleh Asosiasi di bidang penjualan langsung yang ditunjuk oleh Kementerian Perdagangan. Dengan demikian dapat dikatakan ada kekosongan hukum terhadap pengaturan perizinan usaha PLBS.

Kedua, terkait pengawasan. Sistem pengawasan distribusi barang melalui sistem penjualan langsung dalam hukum perdagangan ditangani oleh Direktur Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dengan melimpahkannya secara teknis kepada Direktorat Tertib Niaga yang kemudian menunjuk PPTN dan/atau PPNS-DAG untuk melakukan pengawasan secara berkala dan membuat laporan kinerja setiap tahunnya.²²⁵ Dalam melakukan pengawasan, Direktorat Tertib Niaga

²²⁵ Pasal 77 dan 101 Permendag 80/2020 juncto Pasal 10 angka (2) dan (3) Permendag 36/2018

berkoordinasi dengan Direktorat Bina Usaha Kementerian Perdagangan. Pada Pasal 52 PP 29/2021 *juncto* Pasal 58 s.d. Pasal 59 Permendag 80/2020 bahwa pengawasan meliputi pembinaan, supervisi, dan evaluasi dilakukan oleh menteri melalui Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi. Sejalan dengan ketentuan syarat dan prosedur perizinan di atas, maka objek pengawasan yang dilakukan Direktorat tersebut meliputi pengawasan perizinan dan pengawasan distribusi barang (Pasal 18 dan Pasal 23 Permendag 36/2018) juga tidak mengatur dan membedakan pengawasan terhadap pelaku usaha PLB yang berpola syariat dan tentunya jelas tidak melibatkan DSN MUI sebagai mitra eksternal dalam organ pengawasan tersebut.

2. Kekaburuan Norma Status Perseroan Syariah dalam UU Perseroan Terbatas

UU Perseroan Terbatas memberikan ruang bagi perseroan terbatas yang ingin menjalankan usaha berbasis syariat dengan ketentuan memenuhi Pasal 109 ayat (1) UU PT yang berbunyi: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selain mempunyai Dewan Komisaris wajib mempunyai Dewan Pengawas Syariah." Berdasarkan ketentuan tersebut, perseroan terbatas yang melakukan kegiatan usaha sesuai syariat harus membentuk DPS dan satu ahli syariat untuk memberikan saran kepada dewan perusahaan dan mengawasi perusahaan agar dapat dipastikan telah memenuhi prinsip-prinsip syariat.²²⁶ Pasal ini menjadi landasan hukum umum (*lex generalis*) bagi semua jenis usaha yang menerapkan pola perjanjian persekutuan modal minimal 2 orang atau lebih yang melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham.²²⁷ Perseroan terbatas adalah badan hukum yang sengaja diciptakan (*artificial person*). Oleh karena itu, Perseroan adalah subjek hukum (*recht persoon*) yang mandiri yang memiliki hak

²²⁶ Fazlurrahman Syarif, "Regulatory Framework for Islamic Financial Institutions: Lesson Learnt between Malaysia and Indonesia," *Journal of Halal Product and Research (JPHR)* 2, no. 2 (December 21, 2019): 79–85, <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.79-85>.

²²⁷ Pasal 1 ayat (1) dan Pasal 7 ayat (1) UU PT

dan kewajiban yang didasarkan pada hukum atau anggaran dasar. Anggaran Dasar dari Perseroan Terbatas dimuat dalam akta pendirian yang dibuat oleh notaris dan harus mendapatkan persetujuan dan pengesahan berupa sertifikat dari Menteri Hukum dan HAM.²²⁸ Anggaran dasar dibuat dengan tujuan menjadi pedoman perusahaan dalam melakukan kegiatan di dalam perusahaan yang tidak bertentangan dengan norma kesusilaan dan ketertiban umum. Untuk itu, anggaran dasar sangat penting dalam suatu perusahaan dan menggambarkan identitas dan status kelembagaan Perseroan Terbatas.

Ketentuan tentang pembuatan anggaran dasar perseroan tercantum dalam Pasal 8, 15 sampai dengan Pasal 18, dan ketentuan tentang perubahan anggaran dasar perseroan diatur pada Pasal 19 hingga Pasal 28 UU PT. Pada Pasal 15 menentukan bahwa anggaran dasar Perseroan Terbatas sekurang-kurangnya memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. Nama dan tempat kedudukan perseroan;
- b. Maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perseroan;
- c. Jangka waktu berdirinya perseroan;
- d. Besarnya jumlah modal dasar, modal ditempatkan, dan modal disetor;
- e. Jumlah saham, klasifikasi saham apabila ada berikut jumlah saham untuk tiap klasifikasi, hak-hak yang melekat pada setiap saham, dan nilai nominal setiap saham;
- f. Nama jabatan dan jumlah anggota Direksi dan Dewan Komisaris;
- g. Penetapan tempat dan tata cara penyelenggaraan RUPS;
- h. Tata cara pengangkatan, penggantian, pemberhentian anggota Direksi dan Dewan Komisaris;

²²⁸ Pasal 7 Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 21 Tahun 2021 tentang Syarat dan Tata Cara Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Badan Hukum Perseroan Terbatas. Sebelumnya ketentuan fungsi Kemenkum HAM mengesahkan dan menerbitkan sertifikat ini diatur dalam Pasal 15 ayat (1) Peraturan Menteri Hukum dan HAM RI Nomor 4 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pengajuan Permohonan Pengesahan Badan Hukum dan Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Serta Penyampaian Pemberitahuan Perubahan Anggaran Dasar dan Perubahan Data Perseroan Terbatas.

i. Tata cara penggunaan laba dan pembagian dividen.

Selain beberapa hal di atas, dalam anggaran dasar dapat pula dicantumkan ketentuan lain, kecuali dua ketentuan yang dilarang dalam UU PT, yaitu tentang penerimaan bunga tetap atas saham dan pemberian manfaat pribadi kepada pendiri atau pihak lain.²²⁹

Perseroan dapat melakukan perubahan anggaran dasar. Pada Pasal 21 UU PT mengatur bahwa perubahan anggaran dasar perseroan dapat dilakukan apabila ada perubahan beberapa hal tertentu, meliputi:

- a. Nama perseroan dan/atau tempat kedudukan Perseroan;
- b. Maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perseroan;
- c. Jangka waktu berdirinya perseroan;
- d. Besarnya modal dasar;
- e. Pengurangan modal ditempatkan dan disetor; dan/atau
- f. Status perseroan yang tertutup menjadi Perseroan Terbuka atau sebaliknya.

Anggaran Dasar menjadi landasan hukum untuk menentukan status, tujuan, dan operasional perseroan apakah bersifat konvensional atau berprinsip syariat. Akan tetapi berdasarkan uraian di atas, semua norma yang mengatur pembuatan anggaran dasar ataupun perubahan anggaran dasar perseroan di atas tidak mengatur anggaran dasar bagi perseroan yang berprinsip syariat atau perseroan yang bertransformasi menjadi perseroan syariah. Hal ini tentu menjadi tidak singkron jika dihubungkan dengan Pasal 109 UU PT, dan Pasal 109 yang juga hanya menyebutkan kewajiban mempunyai DPS disertai tugas DPS, tanpa menghubungkannya dengan anggaran dasar perseroan.²³⁰ UU Perseroan Terbatas tidak mengakomodir

²²⁹ Pasal 15 ayat (2) dan (3) UU Perseroan Terbatas

²³⁰Menurut Andi Syafrani, adanya Pasal 109 dalam UU PT tidak lebih sebagai bentuk penghargaan eksistensi DPS yang memang sudah ada dan menjalankan tugasnya dalam perseroan yang berbasis Syariah. Andi Syafrani, "Perseroan Terbatas (PT) Syariah (?)", *LEGAL BANKING* (blog), January 11, 2009, <https://arisdwisuryadi.blogspot.com/2009/01/perseroan-terbatas-pt-syariah.html>.

kedudukan DPS dalam organ perusahaan. Organ Perseroan hanya terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Direksi, dan Dewan Komisaris. Selain itu, pemisahan pengawasan syariah dan pengawasan umum menyebabkan adanya perbedaan kedudukan dan tanggung jawab di perusahaan antara DPS dan Dewan Komisaris.²³¹ Dengan demikian terdapat kekaburuan norma status badan hukum perseroan syariah baik saat pembentukan ataupun perubahannya.

Pasal 109 UU PT merupakan satu-satunya Pasal yang berlaku general bagi semua bidang bisnis berbasis syariat dalam hal pengaturan status kelembagaan perseroan, kecuali ada peraturan lain yang secara lebih khusus mengaturnya seperti yang telah berlaku pada perseroan perbankan syariah, asuransi syariah, dan lembaga keuangan syariah lainnya. Dalam hal ini berlaku kaidah hukum: *lex speciale derogat lex generale*, bahwa hukum bersifat spesifik mengesampingkan hukum yang bersifat umum. UU PT tidak mengatur lebih lanjut mengenai prosedural pendirian perseroan syariah ataupun perubahan bentuk perseroan konvensional menjadi perseroan syariah. Ketentuan Pasal 109 ini idealnya disahuti dalam regulasi PLB sebagai *lex speciale* yang mensyaratkan perusahaan yang menjalankan sistem penjualan langsung haruslah berbadan hukum perseroan terbatas (Pasal 1 angka 7 Permendag 70/2019 atau Pasal 1 angka 21 PP 29/2021). Namun secara teknis, syarat dan prosedural perizinan bagi perseroan PLB pun tidak mengatur sistem *marketing* yang berbasis syariat.

Berdasarkan kedua hal di atas, dapat ditegaskan kembali bahwa terdapat kekosongan norma dalam pengaturan perseroan syariah dalam hukum perdagangan nasional yang menyebabkan ketidakpastian hukum legalitas kelembagaan usaha PLBS di Indonesia. Ketidakpastian hukum PLBS dapat

²³¹ M. Hidayatulloh, "The Position and Responsibility of Sharia Supervisory Board in The Company Organs," in *1st International Conference of Law and Justice-Good Governance and Human Rights in Muslim Countries: Experiences and Challenges (ICLJ 2017)* (Atlantis Press, 2017), 96–99.

mengakibatkan tidak ada jaminan atas hak dan kewajiban bagi para pelaku usaha PLBS maupun konsumen atas pemenuhan prinsip-prinsip syariat di dalamnya. Selain itu, keberadaan PLBS secara *de facto* adalah salah satu entitas dalam sistem ekonomi syariah, namun *de jure* keberadaan dan kontribusinya justeru tidak dapat diperhitungkan sebagai bagian dalam sistem ekonomi syariah di Indonesia. Bagi negara yang berkonsep negara hukum, kepastian hukum dalam produk perundang-undangan mutlak ada (menurut doktrin legisme dan legalitas),²³² meskipun terkadang masih perlu dilakukan interpretasi. J. Paul Oetken menganggap rumusan norma dalam perundang-undangan seberapa pun sempurnanya tidak dapat menggambarkan secara utuh, tanpa memberikan implikasi yang kontradiktif terhadap realitas individual maupun sosial.²³³ Untuk itu hukum harus dapat beradaptasi dengan segala perubahan sosial demi menyahuti kepentingan masyarakat secara menyeluruh sehingga dapat membahagiakan kehidupan masyarakat yang bersangkutan (konsep *law as a tool of social engineering* dari Roscoe Pound).²³⁴

B. Aspek Ketidakpastian Hukum Kelembagaan PLBS dalam Hukum Perdagangan Nasional

Bertolak dari adanya kekosongan hukum kelembagaan PLBS dalam regulasi PLB yang telah dijelaskan di atas, ada beberapa aspek ketidakpastian hukum yang muncul sebagai implikasinya. Setidaknya ada lima aspek yang berkaitan satu sama lainnya, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Ketidakpastian Internalisasi Prinsip-Prinsip Syariah

Hukum ekonomi syariah mengatur batasan-batasan bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam melakukan segala

²³² Marzena Kordela, "The Principle of Legal Certainty as A Fundamental Element of The Formal Concept Of The Rule of Law," *Revue Du Notariat* 110, no. 2 (2008): 596, <https://doi.org/10.7202/104553ar>.

²³³ Dikutip oleh Manullang dari tulisan J. Paul Oetken berjudul "Form and Substance in Critical Legal Studies." E. Fernando M. Manullang, *Legisme, Legalitas, Dan Kepastian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2016), 156.

²³⁴ Muhammad Syukri Albani Nasution et al., *Hukum dalam Pendekatan Filsafat* (Jakarta: Kencana, 2016), 142.

kegiatan bisnis. Hukum ekonomi syariah berdimensi Ilahi (*Tauhidullah*); bersifat normatif dan sekaligus positif; memiliki tujuan utama yakni *al-falah* (kesejahteraan lahir) dan *as-shalah* (kesejahteraan bathin); dan berwatak dan karakteristik bersifat *rahmatan li al-alamin*. Nilai filosofis Islam yang terkandung dalam konsep ekonomi syariah inilah yang harus diwujudkan dalam bentuk aktivitas nyata dan dilembagakan agar tersistem dengan baik meliputi subjeknya, objeknya, dan model, tujuan, dan cara transaksinya guna mencapai tujuan akhirnya yakni *al-falah wa as-shalah dan rahmatan li al-alamiin*.²³⁵

Untuk itu dalam bisnis syariah, pelaku usaha disyaratkan harus memenuhi prinsip-prinsip yang mengacu pada Al-Qur'an dan hadis: menghindari unsur riba, *gharar*, *maysir*, dan *zhalim* dalam melakukan praktik bisnis. Dalam konteks PLBS, DSN MUI pun menambahkan dalam ketentuan hukum Fatwa PLBS yakni keharusan menghindari praktik maksiat dan objek bisnis harus halal, dan menegaskan larangan praktik *money game*. Semua larangan itu merupakan satu kesatuan yang mesti diindahkan dalam praktik bisnis PLBS, sehingga manakala ada unsur-unsur prinsipal bisnis syariah yang belum ada diatur dalam regulasi PLB (riba, maksiat, dan produk halal) maka tentunya tidak ada kepastian kesesuaianya dengan bisnis syariah dimaksud.

2. Ketidakpastian Organ dan Otoritasnya

Lembaga bisnis Syariah adalah wadah pelaku usaha dalam melakukan aktivitas bisnis yang dipersyaratkan harus memiliki organ di mana bentuk dan struktur organ tersebut memiliki otoritas untuk dapat memastikan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam lembaga tersebut. Organ dimaksud adalah DSN MUI, yang memiliki tiga elemen otoritas syariah yaitu: otoritas produksi fatwa, otoritas mengikat jika fatwa dan kedudukannya telah bertransformasi menjadi hukum positif, dan otoritas dalam mekanisme pengawasan kepatuhan syariah

²³⁵ Dalam executive summary, Wahyudin Darmalaksana, "Filsafat dan Politik Hukum Islam tentang Perbankan Syariah: Kajian Filsafat dan Politik Hukum Islam bagi Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia" (doctoral, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2015), 13, <http://digilib.uinsgd.ac.id/5230/>.

melalui DPS.²³⁶ Dengan tidak adanya keterlibatan DSN dan DPS dalam sistem penjualan langsung berjenjang yang diatur dalam regulasi PLB, dan kekaburuan norma Pasal 109 UU Perseroan Terbatas mengakibatkan tidak ada kepastikan hukum kedudukan dan otoritas DSN MUI dan DPS selaku organ dalam Perseroan Terbatas yang menjalankan bisnis PLBS.

3. Ketidakpastian Operasional

Ketidakpastian operasional bisnis PLBS ini sebagai implikasi tidak adanya pemberian otoritas syariah dalam sistem perizinan dan pengawasan PLB yang diatur dalam regulasi PLB. Operasional bisnis PLBS tidak hanya memperhatikan sistem *marketing plan* yang tidak mempraktikkan skema piramida dan *money game*, lebih dari itu operasional bisnis PLBS harus holistik dari input, proses, dan output yang steril dari unsur-unsur unsur riba, *gharar*, *maysir*, *zhalim*, maksiat dan produk yang tidak halal. Untuk itu fasilitas dan mitra-mitra terkait yang menunjang operasional PLBS pun harus dapat dipastikan tidak melanggar larangan itu dan terekosistem halal *lizzihihi wa ghaairu zhatihi*, di antaranya adalah keharusan menggunakan rekening bank syariah agar terhindar dari unsur riba. Sebagaimana telah dijelaskan di atas, ada unsur-unsur prinsipal bisnis syariah yang belum ada diatur dalam regulasi PLB yakni riba, maksiat, dan produk halal dan tidak adanya kepastian hukum otoritas DSN MUI dan DPS dalam operasional PLB mengakibatkan ketidakpastian sistem operasional PLBS sebagaimana yang disyaratkan dalam Fatwa PLBS.

4. Ketidakpastian Kontribusi

Status kelembagaan badan usaha yang jelas dapat menunjukkan identitas, arah, tujuan, dan manfaat yang terarah dalam operasinalisasinya. Menurut data Global Islamic Economy Indicator (GIEI) tahun 2020-2021, Indonesia meraih urutan keempat terkait pembangunan ekosistem ekonomi Islam

²³⁶ Asrori S. Karni, "Rekonstruksi Asas Otoritas Syariah dalam Hukum Perbankan: Studi Komparasi Beberapa Negara Muslim," *Jurnal Mahkamah : Kajian Ilmu Hukum dan Hukum Islam* 4, no. 2 (Desember 23, 2019): 139–40, <https://doi.org/10.25217/jm.v4i2.640>.

melalui penilaian indikator halal lifestyle.²³⁷ Indikator halal lifestyle meliputi makanan halal, jasa keuangan Islam, wisata halal, fashion halal, media halal, kosmetik dan farmasi halal, dan rumah sakit syariah.²³⁸ Secara implisit pada dasarnya bisnis PLB tercakup didalamnya karena produk yang biasa ditawarkan dalam bisnis ini berupa makanan, minuman, produk kesehatan, alat rumah tangga, maupun fesyen. Hanya saja aspek *marketing* dalam sistem penjualan langsung khususnya PLB ini belum menjadi perhatian khusus dalam beberapa indikator tersebut. Hal ini pun dapat diperhatikan dari Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021 yang dirilis Bank Indonesia, di mana tidak ada data mengenai jumlah dan pertumbuhan perusahaan yang bergerak di bidang industri bisnis syariah selain lembaga keuangan syariah, salah satunya Industri PLBS.²³⁹ Apalagi dengan status badan hukum Perseroan Terbatas PLBS yang masih konvensional, maka jelaslah tidak ada data yang pasti bagaimana kontribusi Pelaku Usaha PLBS dalam memajukan perkenomian nasional melalui ekosistem ekonomi halal yang menjadi program *masterplan* 2019-2024 KNEKS.²⁴⁰

²³⁷ Liputan6.com, "Membanggakan, Indonesia Peringkat 4 di Global Islamic Economy Indicator Score," liputan6.com, February 25, 2021, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4492135/membanggakan-indonesia-peringkat-4-di-global-islamic-economy-indicator-score>.

²³⁸ Ativa Hesti Agustina et al., "Platform Halal Lifestyle dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution," *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (June 24, 2019): 56-68, <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8699>; Hendri Hermawan Adinugraha and Mila Sartika, "Halal Lifestyle Di Indonesia," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 6 No. 1 (2019), accessed November 5, 2021, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/1406>.

²³⁹ "Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021," accessed June 5, 2023, <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Ekonomi-dan-Keuangan-Syariah-2021.aspx>.

²⁴⁰ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, "Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024," Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2018, <https://kneks.go.id/satu-pusatdata>.

KESIMPULAN

Dari judul "Lembaga Bisnis Syariah Berkelanjutan: Kajian Mendalam Multi Level Marketing Syariah" dan rangkaian pembahasan dalam bab-bab yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa eksistensi dan pengaturan lembaga bisnis Syariah, khususnya dalam konteks Multi Level Marketing (MLM) Syariah, merupakan sebuah perjalanan yang memerlukan pemahaman mendalam terhadap hukum dan regulasi perdagangan di Indonesia.

Pengaturan terhadap Praktek Layanan Bisnis Syariah (PLBS) menjadi fokus utama dalam upaya memastikan keberlanjutan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah dalam aktivitas bisnis. Dalam bab-bab yang telah dibahas, terungkap sejarah pembentukan hukum PLBS di Indonesia, sistem perizinan, pengawasan, serta sertifikasi Syariah yang menjadi landasan pengaturan kegiatan MLM Syariah.

Namun, terdapat tantangan nyata terkait ketidakpastian hukum kelembagaan dalam penjualan langsung berjenjang Syariah dalam konteks hukum perdagangan nasional. Kekosongan norma kelembagaan PLBS serta aspek ketidakpastian hukum menjadi isu yang perlu mendapatkan perhatian serius untuk meningkatkan efektivitas pengaturan dan perlindungan bagi pelaku bisnis Syariah.

Dengan demikian, pemahaman yang mendalam terhadap dinamika hukum dan regulasi perdagangan berbasis Syariah, terutama dalam konteks MLM Syariah, menjadi penting dalam upaya membangun lembaga bisnis Syariah yang berkelanjutan dan berkualitas. Perlu dilakukan peningkatan regulasi serta pemenuhan norma kelembagaan yang jelas dan berkesinambungan untuk mendorong perkembangan positif bisnis Syariah di Indonesia.

Dengan mengatasi ketidakpastian hukum dan memperkuat kerangka regulasi, diharapkan lembaga bisnis Syariah, termasuk MLM Syariah, dapat terus berkembang secara berkelanjutan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Syariah dan kontributif bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia

SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian ini mengungkap berbagai aspek penting terkait pengaturan dan keberlanjutan lembaga bisnis Syariah, khususnya dalam konteks Multi Level Marketing (MLM) Syariah. Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh, berikut adalah beberapa saran dan implikasi yang dapat diambil:

1. **Penguatan Regulasi:** Berdasarkan analisis terhadap ketidakpastian hukum dan kekosongan norma kelembagaan PLBS, disarankan untuk melakukan penguatan regulasi yang lebih terperinci dan tegas terkait dengan aktivitas MLM Syariah. Regulasi yang jelas akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis Syariah dan melindungi konsumen.
2. **Kolaborasi Lembaga Pengawas:** Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya kolaborasi yang erat antara lembaga pengawas seperti Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Kementerian Perdagangan dalam mengawasi aktivitas MLM Syariah. Sinergi antara berbagai lembaga pengawas akan memperkuat pengaturan dan pengawasan terhadap lembaga bisnis Syariah.
3. **Pendidikan dan Kesadaran Konsumen:** Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendidikan dan kesadaran konsumen terkait MLM Syariah. Disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan Syariah di kalangan masyarakat agar konsumen dapat membuat keputusan yang cerdas dalam memilih produk MLM Syariah yang sesuai dengan prinsip Syariah.
4. **Peran Dewan Syariah:** Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya peran Dewan Syariah dalam memberikan sertifikasi dan pengawasan terhadap produk MLM Syariah. Perlu ditingkatkan kualitas dan independensi Dewan Syariah dalam menjalankan tugasnya.
5. **Pengembangan Etika Bisnis:** Penelitian ini menekankan perlunya pengembangan etika bisnis yang lebih kuat dalam aktivitas MLM Syariah. Pelaku bisnis perlu mengedepankan integritas, transparansi, dan kejujuran dalam menjalankan bisnis berbasis Syariah.

6. Kerja Sama Internasional: Implikasi dari penelitian ini juga meliputi pentingnya kerja sama internasional dalam mengembangkan standar dan praktik terbaik terkait MLM Syariah. Indonesia dapat belajar dari pengalaman negara lain yang telah berhasil mengatur dan mengembangkan lembaga bisnis Syariah.

Dengan menerapkan saran-saran di atas dan memperhatikan implikasi penelitian, diharapkan pengaturan dan keberlanjutan lembaga bisnis Syariah, terutama MLM Syariah, dapat ditingkatkan sehingga dapat memberikan kontribusi positif yang lebih besar bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, S. "Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market." *Undefined*, 2012. <https://www.semanticscholar.org/paper/Islamic-Marketing%3A-Addressing-the-Muslim-Market-Abuznaid/f48c5e2e5c0d4037ac266ee68c2e33ad2c805755>.
- Adinugraha, Hendri Hermawan, dan Mila Sartika. "Halal Lifestyle Di Indonesia." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 6 No. 1 (2019). Diakses 5 November 2021. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/1406>.
- admin. "Kasus PT QSAR Disidangkan | Penipuan Keuangan." Diakses 9 Agustus 2021. <https://uangpedia.com/penipuankeuangan/kasus-pt-qsar-disidangkan/>.
- Agustina, Ativa Hesti, Risky Dwi Afriadi, Ceasar Pratama, dan Ade Lestari. "Platform Halal Lifestyle Dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (24 Juni 2019): 56–68. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8699>.
- Akhmad. *Ekonomi Mikro: Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Ali, Muhammad Daud. *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum di Indonesia*. 6 ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Anisa, Anisa. "Perlindungan Hukum Terhadap Anggota Multi Level Marketing (MLM) Dalam Investasi Melalui Sistem MLM." *Legal Opinion*. Journal:eArticle, Tadulako University, 2017. <https://www.neliti.com/publications/190452/>.
- Ann, Mae, Jia Lenine, Paolo Victor, dan Richer King. "Binary Compensation Plan of Existing Multilevel Network Marketing Organizations," t.t., 22.
- annisaputrie. "Dua Kali Biro Umrah Tipu Calon Jemaah, Menteri Agama Salahkan Sistem MLM." KASKUS. Diakses 3 April 2022. <https://www.kaskus.co.id/thread/5abda23bded770240f8b4567/dua-kali-biro-umrah-tipu-calon-jemaah--menteri-agama-salahkan-sistem-mlm>.

- “AP2LI.” Diakses 17 Juni 2022. <https://www.ap2li.or.id/pengurusan-siupl>.
- AP2LI. “Verify | Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia | Indonesia,” 14 April 2021. <https://www.ap2li.com/copy-of-verifikasi>.
- AP2LI. “Verify | Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia | Indonesia.” Diakses 14 April 2021. <https://www.ap2li.com/copy-of-verifikasi>.
- “Apa Itu IMF: Pengertian, Sejarah, dan Tujuan Pembentukan Halaman all - Kompas.com.” Diakses 18 Mei 2022. <https://money.kompas.com/read/2021/10/15/151038026/apa-itu-imf-pengertian-sejarah-dan-tujuan-pembentukan?page=all>.
- APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. “APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia,” 17 April 2021. <https://www.apli.or.id/pages/perbedaan-direct-selling-dan-piramida>.
- APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. “APLI - Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia.” Diakses 3 Desember 2021. <https://apli.id/>.
- Aqbar, Khaerul, Azwar Iskandar, dan Akhmad Hanafi Dain Yunta. “Konsep Al-Falah Dalam Islam Dan Implementasinya Dalam Ekonomi.” *BUSTANUL FUQAHĀ: Jurnal Bidang Hukum Islam* 1, no. 3 (13 Agustus 2020): 516–31. <https://doi.org/10.36701/bustanul.v1i3.206>.
- Arab News. “Indonesia Launches Its Biggest Islamic Bank after Year-Long Merger Talks,” 1 Februari 2021. <https://arab.news/rjx5h>.
- “Arti kata asas - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Diakses 3 Juli 2022. <https://www.kbbi.web.id/asas>.
- “Arti kata konvensional - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Diakses 19 Juni 2022. <https://www.kbbi.web.id/konvensional>.
- “Arti kata positivisasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.” Diakses 28 Mei 2022. <https://www.kbbi.web.id/positivisasi>.

- Arum, Imam Mas. "Multi Level Marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (1 Juli 2012): 25. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.25-45>.
- Asnawi, Nur, dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Asyura, Leni Masnidar Nasution, dan Imam Muhardinata. *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah*. Deepublish, 2021.
- Azizy, A. Qadri. *Eklektisme Hukum Nasional*. Yogyakarta: Gama Medinah, 2002.
- "Badan Pembinaan Hukum Nasional." Diakses 27 Mei 2022. <https://jdihn.go.id/search/monografi/detail/870261>.
- Bangerter, Jana. "What's a Breakaway Compensation Plan?" MLM.Com (blog), 9 Januari 2018. <https://www.mlm.com/whats-a-breakaway-compensation-plan/>.
- "Bedah Bisnis MLM - YouTube." Diakses 18 April 2021. <https://www.youtube.com/>.
- "Begini Modus Nuryanto dalam Penipuan Investasi Pandawa Group." Diakses 17 Agustus 2021. <https://news.detik.com/berita/d-3428257/begini-modus-nuryanto-dalam-penipuan-investasi-pandawa-group>.
- BeritaSatu.com. "Panja DPR Kebut Pembahasan RUU Perdagangan." beritasatu.com, 28 November 2013. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/152510/panja-dpr-kebut-pembahasan-ruu-perdagangan>.
- "BEST." Diakses 28 Januari 2023. <https://best-world.id/marketingplan/>.
- Biro Hukum Kementerian Perdagangan. "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan," Juli 2012.
- BKPM. "UU Cipta Kerja Permudah Investasi Di Indonesia." Diakses 16 Februari 2022. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/uu->

cpta-kerja-berikan-jalan-mudah-untuk-berinvestasi-di-indonesia.

Boni, Supriadi Yosuf. *Apa Salah MLM?* Vol. Cetakan I. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017.

Bosley, Stacie, dan Kim K. McKeage. "Multilevel Marketing Diffusion and the Risk of Pyramid Scheme Activity: The Case of Fortune Hi-Tech Marketing in Montana." *Journal of Public Policy & Marketing* 34, no. 1 (April 2015): 84–102. <https://doi.org/10.1509/jppm.13.086>.

BPKH, Humas. "Pentingkah Merger Bank Syariah? Simak 9 Fakta Ini – BPKH." Diakses 18 Mei 2022. <https://bpkh.go.id/pentingkah-merger-bank-syariah-simak-9-fakta-ini/>.

Bradley R. Schiller. *The Micro Economy Today*. New York: McGraw-Hill Companies, 2008.

Budianto, Agus. "Pembaharuan Kitab Hukum Dagang Indonesia: Antara Kodifikasi, Kompilasi dan Konsolidasi." *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum* 47, no. 2 (2013).

Cahyadi, Iwan Fahri. "Strategi Repositioning Bisnis Multi Level Marketing dan Tinjauan Dari Prespektif Syariah." *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7, no. 1 (2019): 113–28.

"Commercial Law." Diakses 23 Mei 2022. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/commercial-law>.

"Company Profile." Diakses 14 April 2021. <https://www.cni.co.id/index.php/corporate-info/company-profile>.

Corporate Finance Institute. "Multilevel Marketing (MLM)." Diakses 26 Januari 2023. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/multilevel-marketing-mlm/>.

Darmalaksana, Wahyudin. "Filsafat dan Politik Hukum Islam tentang Perbankan Syariah: Kajian Filsafat dan Politik Hukum Islam bagi Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia." Doctoral, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2015. <http://digilib.uinsgd.ac.id/5230/>.

- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia, 2015.
- detikfinance. "Mengintip Isi Rancangan Undang-undang Perdagangan." Diakses 13 Juni 2022. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2492424/mengintip-isi-rancangan-undang-undang-perdagangan>.
- Djazuli, A. *Ilmu Fiqh: Penggalian, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam*. Jakarta: Kencana, 2005.
- "DJPKTN | TRANSPARANSI KINERJA." Diakses 13 Juli 2022. <https://ditjenpktm.kemendag.go.id/transparansi-kinerja>.
- Dr. Sulistiowaty, SH., M.Hum (Ketua Kelompok Kerja). "Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Hukum Daganga." *Pusat Perencanaan Pembangunan Hukum Nasional Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI*, 2013, 130.
- e-Muamalat. "Garis Panduan Permohonan Lesen Jualan Langsung," Diakses 8 Oktober 2022. <https://e-muamalat.islam.gov.my/en/bahan-ilmiah/garis-panduan/72-garis-panduan-permohonan-lesen-jualan-langsung>.
- Epixel MLM Software. "Unilevel Compensation Plan," 30 Maret 2020. <https://www.epixelmlmsoftware.com/unilevel-mlm-compensation-plan>.
- Esoftdream. "Sistem Hybrid Adalah Sesuatu yang Sangat Penting dalam MLM." Esoftdream (blog), 29 Maret 2021. <https://esoftdream.net/sistem-hybrid-adalah-sesuatu-yang-sangat-penting-dalam-mlm/>.
- Faisal, Mohammad, dan Husni Thamrin. "Falsafah Ekonomi Syariah Sebagai Way Of Life Untuk Mencapai Falah." *At-Tajdid: Journal of Islamic Studies* 2, no. 1 (t.t.): 1-13.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurisdicte: Jurnal Hukum Dan Syariah* 9, no. 1 (30 Juni 2018): 128-46. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.

- "Finoforce MLM software company | Hybrid Unilevel MLM Plan." Diakses 29 Januari 2023. <http://www.finoforce.com/hybrid-unilevel-mlmplan.php>.
- Firzpatrick, Robert L., dan Joyce K. Reynolds. *False Profits: Seeking Financial and Spiritual Deliverance in Multi-Level Marketing and Pyramid Schemes*. Herald Press, 1997.
- FNH. "Belum Disahkan, RUU Perdagangan Mulai Ditolak." hukumonline.com. Diakses 9 Juni 2022. <https://www.hukumonline.com/berita/a/belum-disahkan--ruu-perdagangan-mulai-ditolak-1t52f1b0e385a68/>.
- Fotiadiis, Anestis, Claudel Mombeuil, dan Nataša Slak Valek. "Designing and Implementing a Marketing Plan." Dalam *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality*, disunting oleh Marios Sotiriadis, 297–311. Emerald Publishing Limited, 2018. <https://doi.org/10.1108/978-1-78743-529-220181023>.
- Gunawarman, Evelyn Hutami. "Analisa Undang-Undang Perdagangan Dan Permendag No. 32/2008 Terhadap Praktek Usaha Multi-Level Marketing Di Indonesia" Volume XV, No. 3-March 2016 (2016). <https://ojs.uph.edu/index.php/LR/issue/view/134>.
- Gustania, Ratri. "Pemberian Sertifikasi Halal Multilevel Marketing Syariah di Indonesia." *Program Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia*, 2018, 173.
- Hanaysha, Jalal Rajeh, Mohammed Emad Al Shaikh, dan Haitham M. Alzoubi. "Importance of Marketing Mix Elements in Determining Consumer Purchase Decision in the Retail Market." *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)* 12, no. 6 (1 November 2021): 56–72. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.2021110104>.
- Hariyanto, Erie. *Hukum Dagang dan Perusahaan di Indonesia*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Hasan, Ahmadi. *Sejarah Legislasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Cetakan I. Yogyakarta: LKiS, 2017.
- . *Sejarah Legislasi Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS, 2017.

- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 9 Juni 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/norma>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 22 April 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengawasan>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 23 Mei 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/DAGANG>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 23 Mei 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/PERDAGANGAN>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 14 Maret 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pasar>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 14 Maret 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemasaran>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Diakses 14 Maret 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/distribusi>.
- Hejazziey, Djawahir. "Politik hukum nasional tentang perbankan Syariah di Indonesia," 20 Oktober 2010.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/6930>.
- Hendrianto, Hendrianto, dan Juhaya S. Praja. "Sharia Philosophy Correlation and the Islamic Economic Philosophy." *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance* 1, no. 1 (2021): 12–20.
- Henry Campbell Black. *Black's Law Dictionary*. Revised 4th Edition. St. Paul, Minn: West Publishing Co., 1968.
- Hernowo, Wempy Setyabudi, dan Muhammad Fikri Aufa. "Dewan Pengawas Syariah Koperasi Syariah dalam Bias Pengaturannya." *Pandecta Research Law Journal* 16, no. 2 (2021): 368–79. <https://doi.org/10.15294/pandecta.v16i2.32360>.
- Hidajat, Taofik, Ina Primiana, Sulaeman Rahman, dan Erie Febrian. "Why Are People Trapped in Ponzi and Pyramid Schemes?" *Journal of Financial Crime* 28, no. 1 (24 Agustus 2020): 187–203. <https://doi.org/10.1108/JFC-05-2020-0093>.
- Hidayati, Syafaatul. *Teori Ekonomi Mikro*. Tangerang Selatan: Unpam Press, 2019.
- Hidayatulloh, M. "The Position and Responsibility of Sharia Supervisory Board in The Company Organs." Dalam 1st

- International Conference of Law and Justice-Good Governance and Human Rights in Muslim Countries: Experiences and Challenges (ICLJ 2017)*, 96–99. Atlantis Press, 2017.
- Hukamnas.com. “5 Tujuan Hukum Bisnis Di Indonesia,” 29 Agustus 2018. <https://hukamnas.com/tujuan-hukum-bisnis>.
- Ibrahim, Ahmed Fekry. “Customary Practices as Exigencies in Islamic Law: Between a Source of Law and a Legal Maxim.” *Oriens* 46, no. 1–2 (30 Mei 2018): 222–61. <https://doi.org/10.1163/18778372-04601007>.
- Ichsan, Achmad. *Hukum Dagang*. Jakarta: Pradya Paramita, 1975.
- IDprogrammer. “Kekurangan Dan Kelebihan Sistem Binary.” Diakses 28 Januari 2023. <https://idprogrammer.com/kekurangan-dan-kelebihan-sistem-binary>.
- IMF. “About the IMF.” Diakses 18 Mei 2022. <https://www.imf.org/en/About>.
- Investopedia. “What Is a Marketing Plan? Types and How to Write One.” Diakses 7 Februari 2023. <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing-plan.asp>.
- Isfandiar, Ali Amin. “Melacak Teori Rasionalitas Ekonomi Berbasis Islamic Ethics.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (1 Desember 2015): 23–41. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.23-41>.
- J. Clothier, Peter. *Multi-level Marketing: A Practical Guide to Successful Network Selling*. London: Kogan Page, 1992.
- Jain, Manoj Kumar. “An analysis of marketing mix: 7Ps or more.” *Asian Journal of Multidisciplinary Studies* 1, no. 4 (2013): 23–28.
- Jain, Naman. “Ponzi Scheme and Indian Laws.” SSRN, 2 Mei 2021. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3858028.
- Jauhari, Muhammad Sofwan. *Fatwa Ulama Indonesia & Timur Tengah mengenai Multi Level Marketing (MLM)*. Cirebon: Nusa Lintera Inspirasi, 2019.
- . “MLM Syariah Dan MLM Konvensional? Beda!” *K-Link Indonesia* (blog), 15 September 2014. <https://k-link.co.id/mlm-syariah-dan-mlm-konvensional-beda/>.

- Jauhari, Muhammad Sofwan, Moch Bukhori Muslim, dan Saepullah Saepullah. "Multi Level Marketing (MLM) in Fatwa DSN MUI," 2021.
- — . "Multi Level Marketing (MLM) in Fatwa DSN MUI." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 13, no. 1 (2021): 109–20.
- "JDIH Kemendag RI - Detail Peraturan." Diakses 13 Februari 2022. <http://jdih.kemendag.go.id/peraturan/detail/1329/2>.
- "Kaidah Ke-50 : Hukum Asal Mu'āmalah Adalah Halal Kecuali Ada Dalil Yang Melarangnya | Almanhaj," 5 Maret 2016. <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>.
- Karni, Asrori S. "Rekontruksi Asas Otoritas Syariah Dalam Hukum Perbankan: Studi Komparasi Beberapa Negara Muslim." *Jurnal Mahkamah : Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 4, no. 2 (23 Desember 2019): 137–62. <https://doi.org/10.25217/jm.v4i2.640>.
- Kementerian Perdagangan Republik. "Indonesia Trade Insight, Publikasi Internal Kementerian Perdagangan," Edisi Pertama 2014. <http://www1.kemendag.go.id/id/publikasi-perdagangan>.
- "Kementerian Perdagangan Republik Indonesia - Tribunnewswiki.com." Diakses 28 Mei 2022. <https://www.tribunnewswiki.com/2019/10/26/kementerian-perdagangan-republik-indonesia#2130.015625>.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. "Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024." Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2018. <https://kneks.go.id/satu-pusatdata>.
- Khan, M Akram. "Islamic Economics: Nature and Need." *J. Res Islamic Econ.* 1, no. 2 (1984): 51–55.
- "K-LINK NEW EVOLUTION | K-Link New Marketing Plan || Akademi InspiRadzi - YouTube." Diakses 29 Januari 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=wJCwaqYZmoQ&feature=youtu.be>.

- Kordela, Marzena. "The Principle of Legal Certainty as A Fundamental Element of The Formal Concept of The Rule of Law." *Revue Du Notariat* 110, no. 2 (2008): 587. <https://doi.org/10.7202/1045553ar>.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. England: Pearson, 2016.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi XII Jilid 1, Diterjemahkan oleh penerbit Erlangga dari judul asli Marketing Management. Jakarta: Erlangga, 2009.
- "Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021." Diakses 5 Juni 2023. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Ekonomi-dan-Keuangan-Syariah-2021.aspx>.
- Liputan6.com. "Membanggakan, Indonesia Peringkat 4 di Global Islamic Economy Indicator Score." liputan6.com, 25 Februari 2021. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4492135/membanggakan-indonesia-peringkat-4-di-global-islamic-economy-indicator-score>.
- Luailiyah, Zahirotul. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Multi Level Marketing Syariah pada PT. Veritra Sentosa Internasional (Studi Kasus Pada Member MLM PT. Veritra Sentosa Internasional)." <http://digilib.uin-suka.ac.id/>, 2018.
- M. Umer Chapra. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Markfield, Leicester: The Islamic Foundation, 2000.
- Makmur. *Kebijakan Kelembagaan Pengawasan*. Bandung: Reflika Aditama, 2011.
- Manullang, E. Fernando M. *Legisme, Legalitas, dan Kepastian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Mardalis, Ahmad, dan Nur Hasanah. "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (5 Maret 2016): 19-37. <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2693>.
- "Marketing Management, Millenium Edition | Philip Kotler | download," 28 April 2021. <https://id1lib.org/book/674295/0a64e9>.

- Marketing Plan Tiens TERBARU 2021 - Bisnis Plan Tiens (7 JENIS BONUS),* 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=-88mb49kq4E>.
- Marwan, dan Jimmy P. *Kamus Hukum*. Surabaya: Reality Publisher, 2009.
- MCI Home. "Marketing Plan." Diakses 28 Januari 2023. <https://home.mci-world.com/marketing-plan/>.
- Media, Kompas Cyber. "YLKI Tak Rekomendasikan Umrah dengan Sistem MLM." KOMPAS.com, 20 Mei 2017. <https://bisniskeuangan.kompas.com/read/xml/2017/05/20/083500026/ylnki.tak.rekomendasikan.umrah.dengan.sistem.mlml>.
- Mediatama, Grahanusa. "Satgas Waspada Investasi tutup 172 pinjaman online ilegal pada Juli 2021." kontan.co.id, 14 Juli 2021. <https://keuangan.kontan.co.id/news/satgas-waspada-investasi-tutup-172-pinjaman-online-ilegal-pada-juli-2021>.
- merdeka.com. "Belum Punya UU Perdagangan, RI Masih Pakai Warisan Belanda," 29 Januari 2014. <https://www.merdeka.com/uang/belum-punya-uu-perdagangan-ri-masih-pakai-warisan-belanda.html>.
- Mertokusumo, Sudikno. *Penemuan Hukum Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 2009.
- Moh. Mufid. *Kaidah Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer, Pendekatan Tematis dan Praktis*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Mohammad Sa'eed Mitwally Alrahawan. "Multilevel Marketing: Inner Workings, Socioeconomic Effects and the Islamic Juridical View." *المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية* 65, no. 1 (1 Juli 2021): 279–96. <https://doi.org/10.21608/ijeps.2021.242007>.
- Mohd Dali, Nuradli Ridzwan Shah, Hanifah Abdul Hamid, M. A. Mohd Zohdi, Hazleena Baharun, dan Tun Nur Afizah Zainal Ariff. "Economic Growth And Falah," 2015. <http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/12979>.
- "Muis | Muis: Office of the Mufti." Diakses 10 Oktober 2022. <https://www.muis.gov.sg/officeofthemufti/Irsyad/Advisor-y-on-Multi-Level-Marketing>.

- Nafi' Mubarak. *Hukum Dagang*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Pres, 2014.
- . *Hukum Dagang*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, tt.
- Nafis, M. Cholil. *Teori Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: UI-Press, 2011.
- Nasution, Muhammad Syukri Albani, Zul Fahmi Lubis, Iwan, dan Ahmad Faury. *Hukum dalam Pendekatan Filsafat*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Nat, Peter J. Vander, dan William W. Keep. "Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multilevel Marketing from Pyramid Schemes." *Journal of Public Policy & Marketing* 21, no. 1 (1 April 2002): 139–51. <https://doi.org/10.1509/jppm.21.1.139.17603>.
- Nations, United. "Main Bodies." United Nations. United Nations. Diakses 18 Mei 2022. <https://www.un.org/en/about-us/main-bodies>.
- Nugroho, Lucky, Wiwik Utami, Citra Sukmadilaga, dan Tettet Fitrijanti. "The Urgency of Allignment Islamic Bank to Increasing the Outreach (Indonesia Evidence)." *International Journal of Economics and Financial Issues* 7, no. 4 (2017): 283–91.
- Nurhayati, Nurhayati. "Memahami Konsep Syariah, Fikih, Hukum Dan Ushul Fikih." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (16 Desember 2018): 124–34. <https://doi.org/10.26618/jhes.v2i2.1620>.
- Pedrood, Nastaran, Hadi Ahmadi, dan Hussein A. Charafeeddine. "Systematic profitability analysis of binary network marketing organizations." *Direct Marketing: An International Journal* 2, no. 2 (1 Januari 2008): 81–96. <https://doi.org/10.1108/17505930810881743>.
- "PP No. 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan [JDIH BPK RI]." Diakses 10 Februari 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161870/pp-no-29-tahun-2021>.
- Pratama, Angkat Poenta, Hari Sutra Disemadi, dan Paramita Prananingtyas. "Existence and Position of Islamic Economic Laws in Indonesia." *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum* 27, no. 2 (6 November 2019): 222–31.

- “Putusan | Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia.” Diakses 10 Februari 2022.
<https://www.mkri.id/index.php?page=web.Putusan&id=1&kat=1&cari=91%2FPUU-XVIII%2F2020>.
- “Putusan Kasasi First Travel, antara Hak Korban dan Rampasan Negara.” Diakses 17 Agustus 2021.
<https://nasional.kompas.com/read/2019/11/19/09010011/putusan-kasasi-first-travel-antara-hak-korban-dan-rampasan-negara>.
- Qaradhwai, Yusuf al-. *Fiqh Maqashid Syariah, Moderasi Islam antara Aliran Tektual dan Aliran Liberal.* Diterjemahkan oleh Munandar Riswanto. Jakarta Timur: Pustaka al-Kautsar, 2007.
- Qustulani, Muhamad. *Hukum Dagang.* Tangerang: PSP Nusantara Press, 2018.
- Rahman, Fazlur. *Islam & Modernity: Transformation of an Intellectual Tradition.* Chicago & London: The University of Chicago Press, 1984.
- Ramlan. *Intisari Pengantar Hukum Dagang I.* Medan: Ratu Jaya, 2009.
- Rekam Jejak Menuju Lahirnya Pasal Anti Piramida. “Rekam Jejak Menuju Lahirnya Pasal Anti Piramida.” Diakses 11 Februari 2022.
<https://www.apli.or.id/detail/14/rekam-jejak-menuju-lahirnya-pasal-anti-piramida>.
- RI, Setjen DPR. “Alat Kelengkapan Dewan - Dewan Perwakilan Rakyat.” Diakses 14 Juni 2022.
<https://www.dpr.go.id/akd/index/id/Laporan-Singkat-Komisi-VI>.
- . “Panja Komisi VI Setujui RUU Perdagangan.” Diakses 9 Juni 2022. <http://www.dpr.go.id/berita/detail/id/7580>.
- . “Sekretariat Jenderal DPR RI - Dewan Perwakilan Rakyat.” Diakses 9 Juni 2022.
<https://www.dpr.go.id/setjen/index/id/Risalah-Rapat-BAGIAN-PERSIDANGAN-PARIPURNA>.
- Ridwan, dan Muhammad Fuad Zain. “Indonesia Sharia Economic Legislation as a Legal Frame Post Reformation.” *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 13 April 2021.
<https://www.abacademies.org/abstract/indonesia-sharia->

[economic-legislation-as-a-legal-frame-post-reformation-10502.html](http://www.dpr.go.id/setjen/index/id/Risalah-Rapat-10502.html).

“Risalah Resmi Rapat Paripurma Ke-18 11 Februari 2014,” t.t.
<https://www.dpr.go.id/setjen/index/id/Risalah-Rapat-BAGIAN-PERSIDANGAN-PARIPURNA>.

Santoso, Dwi, Herlambang Herlambang, dan Eryke Herlita. “Praktik Bisnis Money Game Bermotif Multi Level Marketing Ditinjau Dari Hukum Pidana Indonesia.” Ut, Fakultas Hukum UNIB, 2013. <http://repository.unib.ac.id/1280/>.

Sari, Mutiara Dwi, Zakaria Bahari, dan Zahri Hamat. “History of Islamic Bank in Indonesia: Issues Behind Its Establishment.” *International Journal of Finance and Banking Research* 2, no. 5 (6 September 2016): 178. <https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20160205.13>.

Segarawasesa, Fajar Satriya. “Analysis of Factors Affecting Sharia Compliance Levels in Sharia Banks in Indonesia.” *Asian Journal of Islamic Management*, 1 Juni 2021, 56–66. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol3.iss1.art6>.

“Sejarah Kementerian Perindustrian.” Diakses 28 Mei 2022. <https://www.kemenperin.go.id/profil/69/sejarah-kementerian-perindustrian>.

Setjen DPR RI. “Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Perdagangan-Database Arsip - Dewan Perwakilan Rakyat.” Diakses 12 Februari 2022. <https://www.dpr.go.id/arsip/indexlg/id/553>.

“Siaran Pers: Awal Tahun Satgas Waspada Investasi Minta Masyarakat Waspadai Fintech dan Investasi Ilegal. Temukan 133 Fintech Peer-To-Peer Lending dan 14 Entitas Penawaran Investasi Tanpa Izin.” Diakses 18 Agustus 2021. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Awal-Tahun-Satgas-Waspada-Investasi-Minta-Masyarakat-Waspadai-Fintech-dan-Investasi-Ilegal.aspx>.

“Sistem Informasi Perizinan Terpadu - Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri | Kementerian Perdagangan

- Republik Indonesia." Diakses 13 Juli 2022.
<https://sipt.kemendag.go.id/portal/izin>.
- Sitorus, Andi Putra. "Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Masyarakat Ekonomi Asean." *DOKTRINA: JOURNAL OF LAW* 1, no. 2 (22 Oktober 2018): 125–44. <https://doi.org/10.31289/doktrina.v1i2.1920>.
- SolusiTech. "Kelebihan dan Kekurangan Sistem Binary." Service. SolusiTech. Diakses 28 Januari 2023.
<https://solusitech.com/kelebihan-kekurangan-sistem-binary>.
- Suhartono. "Harmonisasi Peraturan Perundang-Udandangan dalam Pelaksanaan Anggaran Belanja Negara." Disertasi: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2011.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Syafrani, Andi. "Perseroan Terbatas (PT) Syariah (?)." *LEGAL BANKING* (blog), 11 Januari 2009.
<https://arisdwisuryadi.blogspot.com/2009/01/perseroan-terbatas-pt-syariah.html>.
- Syarif, Fazlurrahman. "Regulatory Framework for Islamic Financial Institutions: Lesson Learnt between Malaysia and Indonesia." *Journal of Halal Product and Research (JPHR)* 2, no. 2 (21 Desember 2019): 79–85. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.79-85>.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Cetakan XX. Bogor: PT Berkat MuliaInsani, 2020.
- . *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Cetakan ke-23. Bogor: BMI Publishing, 2020.
- Thabit, Thabit, dan Manaf Raewf. "The evaluation of marketing mix elements: A case study." *International Journal of Social Sciences & Educational Studies* 4, no. 4 (2018).
- "Tugas dan Fungsi - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia." Diakses 30 Mei 2022.
<https://www.kemendag.go.id/id/about-us/main-duty/struktur-organisasi>.

- “UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.” Diakses 31 Januari 2023. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>.
- Utama, Andrew Shandy. “History and Development of Islamic Banking Regulations in the National Legal System of Indonesia.” *Al-'Adalah* 15, no. 1 (2018): 37–50. <https://doi.org/10.24042/adalah.v15i1.2446>.
- Visi Muslim Media. “Al Ghabn al Fâhisy,” 21 April 2020. <https://visimuslim.org/al-ghabn-al-fahisy/>.
- Wawancara dengan Dr. Moch. Bukhori Muslim, Lc., MA. (Ketua Bidang Industri, Bisnis dan Ekonomi Syariah DSN MUI). WhatsApp, 12 April 2021.
- Widanarto, Agustinus. “Pengawasan Internal, Pengawasan Eksternal Dan Kinerja Pemerintah.” *JIANA (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)* 12, no. 1 (5 Februari 2013). <https://jiana.ejournal.unri.ac.id/index.php/JIANA/article/view/899>.
- Yaakob, Shamsiah, Betania Kartika, Mohammad Aizat Jamaludin, Mohamad Afiq Razali, dan Firdaus Fanny Putera Perdana. “A Critical Analysis of Halal Marketing in Malaysia’s Multi-Level Marketing (MLM) Industry.” *JOURNAL OF HALAL INDUSTRY & SERVICES* 3, no. 1 (22 September 2020). <https://doi.org/10.36877/jhis.a0000119>.
- Yasin, Mohamad Nur. *Hukum Ekonomi Islam: Geliat Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press, 2009.
- -- . *Politik Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- -- . *Politik Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- -- . “Rekonstruksi Norma Ekonomi Syariah di Indonesia Perspektif Transisi Hukum HLA. Hart.” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019. <http://repository.uin-malang.ac.id/4646/>.

- Yuliandri. *Asas-asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- Zein, Fitriyani. "Legislation Fatwa of National Sharia Board Indonesian Council of Ulama (DSN-MUI) In the State Economic Policy," 2018. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52407>.
- Zhu, Anding, Peihua Fu, Qinghe Zhang, dan Zhenyue Chen. "Ponzi Scheme Diffusion in Complex Networks." *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications* 479 (Agustus 2017): 128–36. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2017.03.015>.