

TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTEK BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM) PADA PT. CITRA NUSA INSAN CEMERLANG (CNI) INDONESIA CABANG MAKASSAR

Muhammad Mahbub Abrary Ansar¹, Muhammad Fajri²

¹²Universtas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: abrarymahbub@gmail.com

Abstrak

Bisnis Multi Level Marketing (MLM) merupakan bisnis investasi masa depan yang telah beroperasi di Makassar. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji jenis bisnis tersebut yang dijalankan oleh PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Indonesia Cabang Makassar. Kajian ini mencakup praktek marketing bisnis MLM PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Makassar dan analisisnya dalam tinjauan hukum Islam. Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Data yang dihimpun dan dianalisis adalah data kualitatif dengan menggunakan pendekatan yuridis-normatif. Penelitian ini mendapati bahwa praktik MLM pada PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Cabang Makassar diperbolehkan dalam Islam sebagai bagian dari muamalah. Sistem marketing PT CNI Indonesia cabang Makassar seperti penjualan langsung biasa. PT CNI Indonesia cabang Makassar melakukan penjualan produk kepada konsumen disertai dengan bonus yang diterimanya. Keuntungan yang diperoleh sesuai usaha dan hasil penjualan masing-masing mitra. Sistem yang dianut tidak menguntungkan upline semata, bahkan dalam keadaan tertentu upline yang tidak produktif tidak mendapatkan apa-apa. Berdasarkan temuan ini, hendaknya para praktisi bisnis MLM bekerjasama dengan para ahli ekonomi Islam, akademisi, serta tokoh agama, secara aktif memberikan pemahaman yang komprehensif kepada masyarakat luas tentang bisnis MLM.

Kata Kunci: Sistem Marketing, Investasi, Multi Level Marketing, Hukum Islam

Abstract

Multi Level Marketing (MLM) is a future investment business that has been operating in Makassar. This research was conducted to examine the types of business that are run by PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Indonesia Makassar. This study covers the MLM business marketing practices of PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Makassar and its analysis in Islamic law review. This research is a field research study. The data collected and analyzed is qualitative data using a juridical-normative approach. This study found that the practice of MLM at PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Makassar Branch is allowed in Islam as part of muamalah. The Makassar branch of PT CNI Indonesia marketing system is like regular direct selling. PT CNI Indonesia Makassar sells products to consumers along with the bonus they receive. Profits are obtained according to the business and sales results of each partner. The system adopted does not only benefit the upline, even in certain circumstances the unproductive upline does not get anything. Based on these findings, MLM business practitioners should collaborate with Islamic economists, academics, and religious leaders, to actively provide a comprehensive understanding to the wider community about the MLM business.

Keywords: *Marketing System, Investment, Multi Level Marketing, Islamic Law.*

A. Pendahuluan

Kata multi level marketing atau disingkat MLM adalah jenis bisnis yang sudah dikenal di kalangan para pebisnis. Banyak pebisnis yang terjun ke dunia bisnis ini yang dianggap sebagai salah satu strategi investasi masa depan. Multi Level Marketing yang berasal dari bahasa Inggris diartikan sebagai pemasaran berjenjang. Karena itu, perusahaan MLM memiliki sistem penjualan berjenjang. Struktur perusahaan atau penjualan perusahaan menggunakan struktur piramida, yang teratas memiliki tingkatan yang lebih tinggi. Bisnis MLM berasal dari Amerika Serikat yang mulai diperkenalkan pada tahun 1945 oleh Dr. Karl Ramburg. Nilai bisnis MLM melebihi 100 miliar dolar AS dan lebih dari 40 juta rakyat diseluruh dunia bergabung dalam bisnis ini. Dari 500 jutawan Amerika, 20% diantaranya terlibat dalam bisnis MLM. Sementara itu, 37% dari 100 perusahaan terbesar menjalankan bisnis MLM.¹

CNI adalah MLM lokal pertama di Indonesia. Produknya berorientasi pada kesehatan. CNI lahir di Bandung pada tanggal 1 Oktober 1986 dengan produk pertamanya Sun Chlorella A dari Jepang. Seiring berjalannya waktu, CNI terus berinovasi dalam memasarkan produk-produknya yang berkualitas tinggi. Hingga kini, CNI juga telah memiliki 10 kantor cabang serta ratusan distribution Center Chain Store yang tersebar di seluruh Nusantara. CNI memiliki dua pabrik di Tangerang, Jawa Barat, dan satu pabrik di Pasuruan, Jawa Timur. Khusus untuk makanan dan minuman, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan sertifikat halal yang memberikan ketenangan bagi konsumennya (mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam). Sebagai perusahaan MLM pertama di Indonesia, CNI dapat dilihat sebagai pelopor dan sekaligus penyedia terbaik untuk organisasi dan jaringan distribusi terluas. Pada zaman kehidupan ekonomi semakin sulit, masyarakat mencari tambahan dari pendapatan pokoknya dengan berbisnis. Ekonomi Syariah merupakan bagian dari sistem perekonomian syariah memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus pada amar makruf nahi mungkar, seperti ekonomi *ilahiyyah*, ahlak kemanusiaan, keadilan, dan

¹ Mohd Rozani Pawan, *Mind Therapy For MLM*, PT Mizan Publika, Jakarta Selatan, Cetakan I 2007, hal.3.

keseimbangan.²

Proses Pembelian Produk. Untuk bergabung menjadi mitra CNI seseorang harus terlebih dahulu membeli produk CNI. Pembelian produk ini dimaksudkan apabila seseorang yang ingin bergabung menjadi mitra CNI dapat mengkonsumsi dan menguji efektifitas produk tersebut bagi kesehatannya sehingga yang bersangkutan dapat mengambil keputusan untuk menjadi mitra CNI atau sebaliknya. Dengan sistem marketing seperti itu, CNI memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga para calon mitranya dapat mengambil keputusan dengan baik dan terhindar dari kesalahpahaman. CNI menawarkan dan mempromosikan produk-produknya sesuai dengan yang tertuang pada produk tanpa rekayasa. Apabila konsumen tidak merasakan efek positif bagi kesehatan setelah mengkonsumsi produk CNI dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan aturan atau anjuran yang tertulis pada produk tersebut maka konsumen berhak mengatakan apa adanya kepada distributor atau mitra CNI tempat seorang itu membeli produk CNI.³

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. CNI Indonesia, diawali dengan pembelian produk di outlet CNI secara online maupun secara offline, baik untuk konsumsi pribadi ataupun untuk menjualnya kembali. Pada masa awal, pembelian secara online belum marak dilakukan. Rata-rata pembelian produk CNI hanya dilakukan untuk diberikan kepada distributor kemudian menjualnya kepada konsumen yang ingin membeli. Untuk mendapatkan banyak point dan mendapatkan tambahan penghasilan, para distributor menambah distributor-distributor di daerah lain yang ia bangun sendiri. Dengan cara itu, konsumen lebih mudah apabila ingin membeli produk CNI di daerahnya. Sistem pemasaran di CNI seperti penjualan produk biasa, yaitu dengan menawarkan produk serta menayakan apa dampak dan khasiat dari mengkonsumsi produk CNI tersebut kepada konsumen. Apabila konsumen memiliki jawaban terkait khasiat produk CNI tersebut, maka konsumen tersebut diberikan kebebasan untuk memilih, apakah membeli produk CNI dari mitra yang pertama kali menawarkannya atau membeli langsung dari

² Musyfiqah Ilyas. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Musyawarah dalam Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah." *Jurnal Al-Qadāu: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 5.2 (2018): 227-236. h 228

³ Kanisius Guntur (59), Mitra CNI Indonesia Cabang Makassar, Wawancara 6 September 2020

outlet CNI.⁴

Proses Pemasaran. Sebuah proses pemasaran dapat dilihat dari proses bisnis. Tugas setiap pelaku bisnis adalah menghantarkan nilai kepada pasar dengan memperoleh laba. Dalam pandangan tradisional, proses penghantaran nilai dilakukan oleh perusahaan dengan membuat sesuatu dan kemudian menjualnya. Misalnya, Thomas Edison menciptakan phonograph dan memperkerjakan orang untuk menjualnya. Dalam pandangan ini, pemasaran terjadi di bagian kedua dari proses penghantaran nilai. Pandangan tradisional ini menganggap perusahaan tahu apa yang harus dibuatnya dan pasar akan menyerapnya dalam jumlah cukup untuk mendatangkan laba.⁵ Pandangan tradisional ini dapat berhasil dalam ekonomi kelangkaan. Misalnya konsumen di eropa timur haus akan barang-barang dan akan membeli apapun yang dibuat tanpa memerhatikan mutu, ciri, atau modelnya. Namun, pandangan tentang proses bisnis ini tidak akan berhasil dalam ekonomi yang lebih kompetitif, dimana orang punya banyak pilihan dan menjadi pemilih. “Pasar mana ini” terpecah menjadi banyak pasar mikro, masing-masing dengan keinginan, persepsi, pilihan, dan kriteria pembeliannya sendiri. Pesaing yang cerdas akan merancang tawarannya untuk pasar sasaran yang jelas.⁶

Proses pemasaran Multi Level Marketing pada PT. CNI Indonesia cabang Makassar merupakan praktek pemasaran dari membeli barang/produk-produk kesehatan dari CNI, baik itu dengan membeli langsung atau membeli lewat online, dan adanya bonus member untuk setiap penjualan yang diukur dari usaha masing-masing anggota didalamnya. Untuk mendapatkan penghasilan ada sejumlah syarat didalam Rencana Pengembangan Usaha (RPU), antara lain: 1. belanja setiap bulan 200 point setara dengan Rp. 1,4000.000 (belanja pribadi); 2. harus memilik jaringan atau pengikut sebanyak-banyaknya, jika ingin mendapatkan hasil yang besar. Karena di CNI seseorang itu bisa berhasil apabila sebuah jaringan yang ia bentuk sudah sukses maka seseorang itu dapat dikatakan berhasil dalam penjualan dan pengembangan jaringan penjualan produk CNI

⁴ Kanisius Guntur (59), Mitra CNI Indonesia Cabang Makassar, Wawancara 6 September 2020

⁵ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Depok, PT. Rajagrafindo Persada, 2018, h.

⁶ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, h 48

tersebut.⁷

B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang berlokasi di Kantor Cabang Distribusi PT. Citra Nusa Insan Cemerlang Indonesia Kota Makassar. Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menekankan pada analisis proses berpikir induktif terkait dinamika hubungan antara fenomena yang diamati. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis-normatif. Pendekatan yuridis dilakukan dengan menganalisa dan mengkaji bisnis MLM dan peraturan yang mengatur tentang MLM di Indonesia. Pendekatan yuridis normatif menggunakan tinjauan hukum Islam sebagai pisau analisis terhadap implementasi sistem marketing bisnis MLM di PT. Citra Nusa Insan Cemerlang Cabang Makassar. Data dihimpun dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai kebutuhan dan tuntutan penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Praktek Bisnis Multi Level Marketing PT. CNI Indonesia Cabang Makassar

Dalam proses awal, bergabung atau tidaknya seseorang untuk menjadi mitra CNI harus terlebih dahulu membeli produk dari CNI. Sehingga apabila seseorang telah membeli produk CNI kemudian yang bersangkutan mengkonsumsi produk terlebih dahulu dan memberikan efek positif bagi kesehatan atau kegunaan (barang) maka orang tersebut akan memiliki minat untuk menjadi mitra/ konsumen CNI. Sebaliknya, apabila seseorang tidak mendapatkan manfaat bagi kesehatan dari produk-produk yang telah dibelinya maka orang tersebut pasti tidak akan punya inisiatif untuk bergabung menjadi konsumen/mitra CNI. Dalam Al-Qur'an dijelaskan salah satu cara dalam mencari rezeki yaitu dengan berbisnis, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 198.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ

Terjemahannya :

“Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu. Maka apabila kamu bertolak dari Arafah, berdzikirlah kepada Allah di Masy’aril haram. Dan berdzikirlah kepada-Nya sebagaimana Dia telah memberi petunjuk

⁷ Kanisius Guntur (59), Mitra CNI Indonesia cabang Makassar, Wawancara 6 September 2020

kepadamu, sekalipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang yang tidak tahu”.

Dengan itu sistem marketing di CNI menuntut kemampuan komunikatif dalam berbisnis dan menguasai Teknik berbicara secara baik sehingga mampu menyampaikan segala informasi yang diperlukan tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Di CNI juga dalam menjual atau menawarkan produk-produk tidak ada yang dibuat-buat atau direkayasa sebaliknya semua ditawarkan apa adanya. Apabila konsumen tidak merasakan dampak positif setelah mengkonsumsi produk CNI dalam waktu sesuai dengan aturan atau anjuran yang tertulis di produk tersebut maka konsumen itu berhak mengatakan apa adanya kepada distributor atau mitra CNI tempat seorang itu membeli produk CNI.⁸

Proses pemasaran CNI Indonesia cabang Makassar menurut ibu Sahriah Sainong, salah seorang konsumen CNI pengguna produk Sun Chlorellah, terjadi secara tidak sengaja. Awal mula ia mengetahui dan mengenal CNI dari kakaknya yang pada saat itu sudah menjadi member CNI pada tahun 1999. Ia mencoba produk yang dimiliki kakaknya dan merasa stamina jadi terjaga dan badan senantiasa terasa vit mulai dan dari itulah beliau terus membeli dan mengkonsumsi produk CNI tersebut”.⁹

Tugas pertama yang dihadapi manajemen pemasaran adalah menganalisis peluang jangka panjang dalam pasar ini untuk memperbaiki kinerjanya sebagai divisi bisnis. Manajer-manajer ini mengetahui banyaknya peluang dalam bidang peralatan kantor yang tumbuh dengan cepat. Untuk mengevaluasi peluangnya, perlu memiliki sistem informasi pemasaran yang handal. Penelitian pemasaran adalah alat pemasaran yang penting, karena perusahaan hanya dapat melayani pasar pelanggannya dengan baik dengan meneliti kebutuhan dan keinginan mereka, lokasi mereka, praktik pembelian mereka, dan seterusnya.

2. Pandangan Hukum Islam Mengenai praktek Marketing PT. CNI Indonesia Cabang Makassar

Secara umum, segala jenis kegiatan usaha dalam perspektif syariah termasuk dalam

⁸ Kanisius Guntur (59), Mitra CNI Indonesia cabang Makassar, Wawancara 6 September 2020

⁹ Sahria Sainong (47), Konsumen CNI Indonesia Cabang Makassar, Wawancara 27 September 2020

kategori muamalah, hukum asalnya mubah (boleh dilakukan). Kecuali ada dalil yang melarangnya. Perkembangan dunia marketing atau pemasaran di dunia saat ini sedang bergejolak dengan adanya persepsi yang selama ini berkembang di benak masyarakat bahwa pasar non-syariah atau pasar konvensional selalu lebih menguntungkan secara finansial dibandingkan pasar Syariah karena sistem kepentingan mereka. Semua perikatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syariat.¹⁰ Pasar Islam sendiri hanya dipahami sebagai pasar bagi umat Islam, pasar yang tertutup bagi non-Muslim. Pemahaman masyarakat tentang peran pemasaran masih sempit. Pemasar diidentifikasi dengan penjual yang dekat dengan, penipuan, pemaksaan, dan lainnya yang menurunkan citra pemasar. Konsumsi seorang muslim dilakukan untuk mencari "*falah*" kebahagiaan demikian pula produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna *falah* tersebut.¹¹ Namun dengan penyelidikan lebih lanjut, peran pemasar sangat penting bagi perusahaan. Oleh karena itu, pemasar perlu menjaga integritas, identitas, dan citra perusahaan, termasuk semua kegiatan bisnis strategis.¹²

Dalam Islam, hukum bermuamalah/berbisnis adalah mubah (boleh) kecuali ada dalil yang melarangnya. Apabila PT. CNI Indonesia ini dilihat dari segi produk, maka yang pertama harus ditanyakan apakah produk CNI ini halal dan mempunyai sertifikat halal, kemudian dilihat dari segi manfaatnya apakah banyak memberi manfaat kepada member, konsumen dan orang banyak, manfaat itu dilihat dari segi ekonomi dan kesehatan. Apabila sudah terpenuhi kita bisa lihat lagi dari lembaganya apakah sudah sesuai dengan hukum Islam atau tidak.¹³

Adnan (2013) memandang bahwa sesungguhnya elemen-elemen yang ada dikonsepsi pemasaran konvensional, seperti : kebutuhan, keinginan, produk, nilai, kepuasan, kualitas, pertukaran dan pemasaran, telah benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip

¹⁰ Disa Nusia Nisrina. "Upaya Perlindungan Konsumen terhadap Akad Klausula Baku (Studi pada Pengadilan Agama Makassar Klas IA)." *Jurnal Al-Qadāu: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 5.2 (2018): 187-204. h 194

¹¹ Sohrah Sohrah. "PRINSIP EKONOMI DALAM ISLAM." *Jurnal Al-Qadāu: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 1.2 (2014).

¹² Siti Maro'ah, M. Anang Firmasyah, Mochamad Mochklas, Anita Roosmawarni, *Marketing Syari'ah*, Jawa Timur, Qiara Media, 2019, h 2

¹³ Amiruddin K, (57), Ahli dibidang Ekonomi Islam, Wawancara 8 Januari 2021

syariah. Akan tetapi, jika pemaknaan dan pemahaman lebih diperdalam terhadap elemen-elemen yang mendasari pemasaran dan apa yang menjadi tujuan pemasaran itu sendiri, ternyata definisi pemasaran konvensional telah mengabaikan tiga hal, yaitu : *Pertama*, niat suatu tindakan, yang dalam ajaran Islam harus berakar kepada Allah SWT termasuk dalam mengelola pertukaran baik dari sisi produsen/penjual maupun konsumen/pembeli. *Kedua*, tidak adanya ketentuan untuk menerapkan benchmark Islam untuk setiap konsep proses pertukaran. *Ketiga*, mengingat segala aktivitas manusia dalam Islam merupakan ibadah, maka seharusnya kegiatan pemasaran dijadikan sebagai instrument yang paling efisien dalam rangka mencapai berkah dari tuhan. dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pemasaran konvensional tidak relevan dengan filosofi pemasaran Islam, Tasawwur ini berasal dari konsep keimanan dan takwa sementara epistemology adalah Al-Qur'an, hadist, ijmak, dan qias sebagai referensi inti hukum Islam (Syukri, 2011). Dari prespektif Tasawwur, pemasaran konvensional tidak pernah membahas konsep kepemilikan menurut Islam dimana segala sesuatu yang ada di alam semesta adalah milik Allah SWT.¹⁴

Siddiqi (1979) mengungkapkan bahwa ada tiga asumsi utama dalam metodologi ekonomi konvensional. *Pertama*, setiap manusia mempunyai sifat egois dan bertindak rasional, *kedua* yang menjadi tujuan utama adalah menambah materi dan *ketiga*, masing-masing individu memiliki kebebasan mutlak untuk memaksimalkan kesejahteraan materi. Ketiga asumsi dalam metodologi ekonomi konvensional tersebut tentu berbeda dengan nilai-nilai ajaran Islam. Meskipun Islam mengakui keinginan memiliki materi dan kesenangan atas kepuasan mereka, tetapi kesemua itu tidak dianggap sebagai tujuan akhir dalam hidup. Ekonomi syariah adalah sebuah sistem, saat ini merupakan pilihan dalam melakukan kegiatan ekonomi.¹⁵ Mengingat manusia diciptakan semata-mata hanya untuk menyembah Allah, maka dalam mencari dan mendapatkan kekayaan, seorang muslim diwajibkan untuk tunduk dan taat, dan juga

¹⁴ Hardius Usman, Nurdin Sobari, Emil Azman Sulthani, *Islam Marketing*, Depok, PT. Raja Grafindo Persada, 2020, h 8

¹⁵ Abdiwijaya. "Hukum dan Islam Sengketa Ekonomi Syar'ah (Telaah UU No. 3/2006 dan UU No. 50/2009)." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 2.2 (2015): 135-146. h 136

menggunakan cara-cara yang benar menurut syariah. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa tujuan pemasaran konvensional untuk mendapatkan profit atau materi memang tidak bertentangan dengan Islam, selama menggunakan cara-cara yang sesuai dengan syariah. Kepatuhan terhadap nilai-nilai dan ajaran Islam inilah yang menjadi pembeda mendasar antara pemasaran konvensional dan pemasaran syariah. Bukan hanya dari sisi mencari kekayaan, Islam juga menggariskan berbagai aturan tentang penggunaan kekayaan. Sebagai hamba Allah, Islam mengajarkan agar segala hasil usaha yang dilakukan seorang muslim dinafkahkan di jalan Allah. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa ajaran Islam mengharuskan manusia untuk mengendalikan sifatnya yang egois sebagaimana yang dimaklumi dalam asumsi ekonomi konvensional.¹⁶

Hermawan Kartajaya juga melihat CNI termasuk salah satu perusahaan Indonesia yang sukses hingga saat ini. Terbukti kantor cabangnya tidak hanya ada di segala penjuru Indonesia, tetapi juga di Malaysia, Hongkong, Singapura, Brunei dan bahkan India. Jelas merupakan suatu prestasi yang hebat maklum, perusahaan Multilevel Marketing (MLM) seperti CNI tidak hanya sekedar mengeksport barang, tapi juga membangun jaringan. Dengan memiliki jaringan sendiri, dalam bentuk MLM, suatu perusahaan kita bisa menemukan cara yang mudah dan efektif dalam memasarkan barang-barang Indonesia di luar negeri, seperti yang dilakukan CNI di Negara-negara tersebut. Salah satu kunci sukses MLM seperti CNI yaitu dengan membangun jaringan sama seperti membangun komunitas. Bagi saya, komunitas inilah yang merupakan saluran distribusi (channel) terbaik saat ini. Karena lambat laun komunitas yang dibentuk akan mengenal pribadi masing-masing anggota. Dan akhirnya akan timbul rasa percaya antara anggota komunitas tersebut. Saya lihat, CNI susah secara nyata dan *continue* mempraktikkan hal-hal ini, CNI bukan hanya sekedar kumpulan distributor dengan para *downliners*, melainkan sudah merupakan sebuah jaringan *heart-to-heart*. Hal semacam ini tidak akan muncul kalau *downliners* itu, misalnya, tidak merasa bahwa jaringan tersebut memberikan *value*.¹⁷

¹⁶ Hardius Usman, Nurdin Sobari, Emil Azman Sulthani, h 10-11

¹⁷ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Targeting*, Bandung, Mizan Pustaka, 2007, h 127-132

Ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai pengetahuan tentang manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang atau jasa serta mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi. Dengan demikian, objek kajian ekonomi adalah perbuatan atau perilaku manusia yang berkaitan dengan fungsi produksi, distribusi, dan konsumsi. Agama, baik Islam maupun non-Islam, pada esensinya merupakan panduan atau bimbingan moral (nilai-nilai ideal) bagi perilaku manusia. Panduan moral tersebut pada garis besarnya bertumpu pada ajaran akidah, atau aturan hukum (syari'ah), dan budi pekerti luhur (*akhlakul karimah*). Tampaklah, bahwa antara agama (Islam) dan ekonomi terdapat ketersinggungan objek. Dalam kaitan keduanya, Islam berperan sebagai panduan moral terhadap fungsi produksi, distribusi, dan konsumsi.¹⁸

Jadi fikih muamalah yang ruang lingkungannya meliputi hukum benda (*al-mal-wal milkiyah*) dan hukum perikatan (*al-aqad*) dalam konstruksi sistem ekonomi Islam hanya berperan sebagai instrument teknis. Artinya ekonomi Islam pada satu sisi dibatasi oleh aturan-aturan teknis yang teknis yang terdapat di dalam fikih muamalah. Namun ini bukan satu-satunya batasan. Prinsip-prinsip moral (nilai-nilai ideal) dan syariat Islam lebih banyak berpengaruh terhadap sistem ekonomi Islam dibandingkan fikih muamalah. Pada sisi lainnya perkembangan sistem ekonomi Islam yang dihasilkan dari kajian perilaku ekonomi masyarakat Muslim, mendikte instrumen hukum teknis, yaitu (fikih muamalah). Sekalipun antara keduanya fikih muamalah dan ekonomi Islam saling terkait, namun sesungguhnya keduanya adalah dua hal yang berbeda.¹⁹

D. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sistem implementasi bisnis multi level marketing pada PT. CNI Indonesia Cabang Makassar, yaitu selama syarat-syarat bermuamalah dalam Islam terpenuhi dan tidak melanggar aturan yang berlaku di Indonesia (Hukum Positif) itu di perbolehkan. Bisnis Multi Level Marketing boleh

¹⁸ Panji Adam, *Fikih Muamalah Maliyah*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2017, h 11

¹⁹ Panji Adam, *Fikih Muamalah Maliyah*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2017, h 12

dilakukan kecuali jika ada dalil dalam Islam yang melarang, olehnya itu tidak diperbolehkan apabila adanya unsur MAGHRIB didalamnya, dan jika ada unsur yang melanggar berkaitan dengan peraturan di Indonesia tentang bisnis multi level marketing itu dapat dijatuhi sanksi dan hukuman sesuai pelanggaran yang dilanggar.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka perlu dilakukan hal-hal sebagai berikut :

Seseorang yang ingin bergabung di bisnis Multilevel Marketing harus melihat terlebih dahulu track record yang dimiliki oleh suatu perusahaan bisnis multilevel marketing tersebut setidaknya berkonsultasi terlebih dahulu kepada yang ahli dibidang bisnis MLM, ahli ekonomi atau berkonsultasi ke ustadz-ustadz dengan pemahaman agama yang dalam, agar tidak menimbulkan hal hal yang tidak diinginkan seperti adanya unsur Maysir (Judi), Gharar (Penipuan), Haram, Riba (Bunga), dan Bathil di dalamnya. Apabila PT. CNI Indonesia Ingin lebih mendapat kepercayaan penuh dari distributor dan konsumen atau secara luas mendapat kepercayaan masyarakat muslim pada khususnya, seharusnya PT. CNI Indonesia harus mendapatkan Sertifikat sebagai MLM Syariah dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Karena PT. CNI Indonesia ini termasuk dalam perusahaan bisnis MLM yang sudah lama di Indonesia apalagi sebagian besar distributor CNI, dan Konsumen CNI beragama Islam.

Daftar Pustaka

Buku

Pawan, Mohd Rozani."Mind Therapy For MLM". Jakarta Selatan: PT Mizan Publika Cetakan pertama, 2007.

Abdullah, Thamrin dan Francis, Tantri. "Manajemen Pemasaran". Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018.

Maro'ah Siti, M. Anang Firmasyah, Mochamad Mochklas, Anita Roosmawarni, *Marketing Syari'ah*, Jawa Timur, Qiara Media, 2019.

Hardius Usman, Nurdin Sobari, dan Emil Azman Sulthani. "Islamic Marketing: Sebuah Pengantar". *Pers*. Depok: Rajawali Pers, 2020.

Hermawan Kartajaya,*Hermawan Kartajaya On Targeting*, Bandung, Mizan Pustaka, 2007.

Panji, Adam. "Fikih Muamalah Maliyah". Bandung: PT. Refika Aditama, 2017.

Abdul, Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq. "Fiqh Muamalat". Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2010

Dewi, Gemala, Wirduyaningsih, Yeni Salma Barlinti, Hukum Perikatan Islam di Indonesia. Jakarta: Prenada Media, 2005.

Fauzi dan Ihsan, Wildan, "Fikih untuk kelas IX Madrasah Tsanawiyah". Bandung: Grafindo Media Pratama, 2008.

Hardius Usman, Nurdin Sobari, dan Emil Azman Sulthani. "Islamic Marketing: Sebuah Pengantar". *Pers.* Depok: Rajawali Pers, 2020.

Ghofur Anshori Abdul, "Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia", *Press Anggota IKAPI Anggota APPTI IBFIM*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.2010.

Jurnal

Ilyas, Musyfikah. "Tinjauan Hukum Islam terhadap Musyawarah dalam Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 5.2 (2018): 227-236.

Nisrina, Disa Nusia. "Upaya Perlindungan Konsumen terhadap Akad Klausula Baku (Studi pada Pengadilan Agama Makassar Klas IA)." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 5.2 (2018): 187-204.

Abdiwijaya, Abdiwijaya. "Hukum dan Islam Sengketa Ekonomi Syar'ah (Telaah UU No. 3/2006 dan UU No. 50/2009)." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 2.2 (2015): 135-146.

Sohrah, Sohrah. "PRINSIP EKONOMI DALAM ISLAM." *Jurnal Al-Qadau: Peradilan dan Hukum Keluarga Islam* 1.2 (2014).

Narasumber

Kanisius Guntur (59), Mitra CNI Indonesia Cabang Makassar, Wawancara 6 September 2020

Sahria Sainong (47), Konsumen CNI Indonesia Cabang Makassar, Wawancara 27 September 2020

Amiruddin K, (57), Ahli dibidang Ekonomi Islam, Wawancara 8 Januari 2021