

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia sebagai makhluk individu sudah Allah sediakan berbagai macam benda di alam semesta guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam memenuhi kebutuhannya tersebut tidak mungkin seseorang yang bersangkutan memproduksi sendiri kebutuhannya. Dengan kata lain, seseorang harus bekerja sama dengan orang lain.¹ Dalam hal ini terdapat hubungan timbal balik antara individu satu dengan individu yang lain untuk saling memenuhi kebutuhannya. Hubungan timbal balik ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk bidang usaha, seperti bidang sosial, kesehatan, pendidikan, hukum, politik, keamanan, ekonomi dan lain sebagainya. Contoh hubungan timbal balik dalam bidang ekonomi yang sedang berkembang sangat pesat saat ini adalah kegiatan bisnis.

Bisnis merupakan segala bentuk aktivitas yang menyediakan dan atau menghasilkan produk (barang dan jasa) guna menciptakan manfaat dan nilai bagi diri sendiri maupun orang lain.² Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa bisnis hari ini sedang berkembang sangat dahsyat di tengah kehidupan masyarakat. Banyak orang-orang yang beralih profesi menjadi pebisnis karena dianggap lebih menguntungkan dan waktunya lebih fleksibel dari pada menjadi pegawai kantoran dan lain sebagainya. Dalam Islam pun, berbisnis, berdagang, atau berjualan sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW. Seperti yang disampaikan beliau dalam hadits bahwa, 9 dari 10 pintu rezeki berada dalam dunia bisnis.³ Hal tersebut bermakna bahwa berdagang maupun berbisnis merupakan jalan dimana pintu-pintu rezeki banyak dibukakan sehingga karunia Allah terpancar dari padanya.⁴ Meski demikian perdagangan maupun bisnis yang dilakukan harus dalam koridor

¹Ita Risqani, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengelolaan Wisata Pantai Payangan Di Desa Sumberejo Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember Perspektif Ekonomi Islam". (Skripsi: IAIN Jember, 2016), 22. Diakses dari <http://digilib.iain-jember.ac.id/id/eprint/215>, pada tanggal 9 Desember 2020 pukul 09.35.

²Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 2.

³Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 1 (Maret, 2017), 54.

⁴Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online." *At-Tijarah*, Vol. 1, No. 2 (Juli-Desember, 2015), 123.

ajaran Islam. Sebagaimana firman Allah dalam surah al-Baqarah ayat 275 tentang berbisnis ataupun berdagang yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَفُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ {٢٧٥}

“Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.” (QS. Al-Baqarah: 275).⁵

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah menghalalkan jual-beli namun tidak memberikan kebebasan dalam praktik jual-beli, dimana terdapat beberapa keburukan yang harus di tolak secara tegas jika tidak sesuai dengan syariat Islam. Islam memberikan hukum atau aturan yang terkait dengan halal atau haramnya bisnis yang dijalankan. Aturan tersebut meliputi barang yang diperjual-belikan, cara yang digunakan dalam jual-beli, serta pengambilan keuntungan yang diperoleh.

Dalam menjalankan bisnis, hal yang paling penting adalah sistem untuk membangun sebuah jaringan didalamnya, bukan hanya sekedar menjual produk atau jasa. Sistem inilah yang menjadi sumber kekayaan bagi seorang pelaku usaha atau bisnis. Selain itu, sistem yang digunakan untuk membangun jaringan ini akan menentukan apakah perusahaan tersebut bisa sukses atau tidak. Meskipun nilai produk atau jasanya berkualitas, hal itu bukan berarti usaha atau bisnisnya dapat berkembang sesuai harapan jika hanya mengandalkan sistem pertemuan langsung

⁵Menteri Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya (Revisi Terbaru) Departemen Agama RI (Semarang: CV. Asy Syifa', 1999), 8.

antara penjual dan pembeli (*direct meeting between seller and buyer*) dalam memasarkan produknya sebab sistem yang digunakan kurang teruji.

Dewasa ini, masyarakat tidak dapat mengelak fenomena bahwa sering dijumpai seseorang mengajak orang lain untuk bergabung dengan bisnis pemasaran yang menerapkan sistem keuntungan berjenjang berdasarkan tingkat keanggotaan disuatu organisasi atau perusahaan dagang tertentu. Sistem ini dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing*. Keberadaan sistem pemasaran semacam ini sangat diminati di kalangan masyarakat sebab beberapa orang meyakini bisnis ini mampu memberikan akumulasi keuntungan yang menjanjikan dalam waktu yang relatif singkat.

Multi Level Marketing atau yang terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang. Dimana dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi dari hasil usahanya.⁶

Secara harfiah, *Multi Level Marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah).⁷ *Upline* adalah rekan kerja yang sudah mengajak seseorang untuk ikut menekuni usaha *Multi Level Marketing* dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki, serta membimbing rekan-rekannya disaat menjalankan bisnis. Sedangkan *downline* yakni orang yang direkrut *upline* untuk dijadikan partner bisnis dalam membangun bisnis *Multi Level Marketing* bersama-sama.⁸

Di Indonesia, bisnis *Multi Level Marketing* mulai ada sejak tahun 1992 ketika bisnis *Multi Level Marketing Amway* diperkenalkan. Namun sebenarnya, pada tahun 1986 sebuah perusahaan *Multi Level Marketing* telah didirikan di

⁶Anis Tyas Kuncoro “Konsep Bisnis Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah.” *Sultan Agung*. Vol. XLV, No. 119, (November, 2009), 24.

⁷Moh Bahruddin, “Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam.” *ASAS*. Vol. 3, No. 1, (Januari, 2011), 66.

⁸Husnia, “Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus MLM (Multi Level Marketing) pada Bisnis Nu Amoorea.” (Skripsi: UIN Sunan Ampel, 2019), 2. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/30601>, pada tanggal 11 september 2020 pukul 14.15.

Bandung dengan nama CNI. Dari tahun-ketahun perkembangan bisnis *Multi Level Marketing* ini semakin menjanjikan dan menjadi stimulus bagi sebagian orang untuk memanfaatkan peluang pasar bisnis *Multi Level Marketing*.⁹Namun hal ini menimbulkan pro kontra diantara para ulama sehingga Majelis Ulama Indonesia juga memberikan kepastian status hukum terhadap bisnis *Multi Level Marketing* yang sedang marak ini apakah dalam ekonomi syariah diperbolehkan atau tidak. Semua ini tergantung pada praktik bisnisnya di lapangan. Secara umum, segala jenis kegiatan usaha asalnya mubah, asalkan tidak menyalahi prinsip pokok dalam syariat Islam. Hal ini sejalan dengan kaidah yang masyhur di kalangan para ulama fiqh yang berbunyi:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

*“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”*¹⁰

Salah satu bisnis *Multi Level Marketing* yang berkembang di Indonesia saat ini adalah Oriflame. Oriflame merupakan *Multi Level Marketing* yang berkecimpung di dunia kosmetik asal Swedia yang sudah berdiri dari tahun 1967 dan masuk ke Indonesia dari tahun 1986. Oriflame bekerjasama dengan PT Orindo Alam Ayu untuk memasarkan produknya dimana ada 14 kantor cabang yang tersebar diseluruh kota Indonesia.¹¹ Sumber pendapatan Oriflame ini berasal dari penjualan produk secara ecer melalui distributor independennya. Pemasaran produk Oriflame tidak melalui pengiklanan di media elektronik seperti televisi ataupun media cetak lainnya, melainkan hanya mengandalkan distributor independen untuk memasarkan produknya kepada pelanggan eceran. Distributor ini sebelumnya telah dibina melalui pengembangan tenaga pemasarnya secara independen untuk membangun sebuah jaringan dan tanpa campur tangan langsung perusahaan Oriflame.

⁹Anis Tyas Kuncoro “Konsep Bisnis Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah.” *Sultan Agung*. Vol. XLV, No. 119, (November, 2009), 24.

¹⁰H. A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 130.

¹¹Zepri Hasiholan, “Sejarah Oriflame: Oriflame Indonesia”, diakses dari <https://bisnissemuaorang.wordpress.com/2015/08/25/sejarah-oriflame>, pada tanggal 13 September 2020 pukul 09.40.

Dalam menjalankan bisnis, biasanya ada motivasi yang mendorong seseorang. Begitu pula orang yang menjalankan bisnis *Multi Level Marketing*, pasti ada motivasi yang mendorongnya, salah satunya karena jenjang karir yang ditawarkan. Oriflame memiliki *success plan* (jenjang karir) dimana untuk mencapainya berlaku syarat dan ketentuan tertentu. Berhubung Oriflame adalah perusahaan *retail* (eceran), otomatis terdapat perputaran produk dan uang didalamnya.

Anggota (*member*) sebagai *consultant Oriflame* yang bertugas sebagai penjual produk akan diberikan kompensasi berupa diskon potongan harga sebesar 23% dari harga katalog dan berupa komisi jika member berhasil melakukan penjualan. Untuk itu, sistem target dalam penjualan menjadi tugas utama agar member bisa mendapatkan komisi yang disebut dengan *Bonus Point* (BP). BP ini digunakan sebagai perhitungan bonus *Performance Discount* (PD). PD merupakan besaran komisi (3%-21%) yang akan diperoleh konsultan(*member*) Oriflame atas penjualannya. BP didapat oleh para konsultan Oriflame jika mereka berbelanja produk Oriflame. Setiap produk Oriflame memiliki BP yang berbeda-beda. Setiap 1 BP ditentukan oleh *Business Volume* (BV). 1 BP sama dengan Rp. 8.277. BV merupakan penjualan pada harga konsultan setelah dikurangi PPN (Pajak Pertambahan Nilai). Contohnya jika harga katalog suatu produk itu Rp. 100.000 maka Rp. 100.00 dipotong sebesar 23%, sehingga harga membernya menjadi Rp. 77.000. Untuk mengetahui berapa BP yang akan di dapat dari produk ini, maka harga member Rp. 77.000 – 10% PPN = Rp. 69.300 BV. Kemudian harga member setelah dikurangi PPN Rp. 69.300 dibagi Rp 8.227 = 8 BP. Jadi BP yang didapat oleh produk seharga katalog Rp 100.00 mempunyai BP sebanyak 8 poin.

Di Oriflame, komisi dapat dicairkan apabila seorang member berhasil tutup poin dan memiliki poin grup minimal 200 poin. Poin Grup didapat dari banyaknya BP pribadi ditambah dengan BP konsultan yang berada dibawah jaringan Upline. Untuk bisa tutup poin, member harus memenuhi 100 BP pribadi. Sementara jika tidak dapat tutup poin yakni memenuhi 100 BP dalam jangka waktu selama 1 bulan terhitung dari tanggal 1 awal bulan sampai berakhirnya tanggal di bulan itu, maka member tidak akan mendapatkan komisi di bulan

tersebut sebab poin yang telah dikumpulkan hangus. Dan di bulan selanjutnya, poin akan kembali menjadi 0.

Sistem ini berlaku bagi *member* yang ingin mendapatkan komisi dari *Multi Level Marketing Oriflame*, baik itu seorang *upline* (atasan) maupun *downline* (bawahan). Tidak semua *upline* selalu berada diatas *downline* . Artinya level atau tingkatan seorang *downline* dapat berada diatas posisi *upline* nya. Walaupun *upline* telah lebih dulu bergabung dengan Oriflame dan memiliki banyak *downline* yang nantinya poin *downline* juga masuk di poin *upline*, tapi karena tidak bisa tutup poin, maka poin *upline* tidak akan bisa dicairkan. Jadi, siapa yang bekerja dengan sungguh, maka seseorang tersebut yang akan menghasilkan. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari *passive income*. Dengan ini, keadilan akan didapatkan oleh semua member yang ingin mendapatkan komisi atau bonus, baik posisinya sebagai *downline* maupun *upline* sebab komisi atau bonus yang diberikan sesuai dengan kinerja nyata masing-masing dan tidak diberikan secara pasif.

Ketika seorang member tidak bisa tutup poin dalam satu bulan tersebut maka seorang member tidak bisa mencairkan komisinya sehingga dalam hal ini terdapat suatu keraguan mengenai sistem yang diterapkan karena disitu terdapat hak member yang dikurangi. “Hangusnya Poin” karena penerapan sistem tutup poin dalam perusahaan *Multi Level Marketing* ini tidak dapat dikatakan kehalalan atau keharamannya secara langsung, tetapi harus dilihat dari praktik atau operasional yang terjadi di lapangan, apakah telah sesuai dengan syariat atau bahkan menentang syariat. Untuk itu, Dewan Syariah Nasional kemudian memunculkan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹² Fatwa ini menjelaskan tentang ketentuan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah atau *Multi Level Marketing Syari'ah* sehingga praktik dan sistem yang diterapkan oleh *Multi Level Marketing* menjadi diperbolehkan.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan melihat dan memahami sistem “Hangus Poin” yang diterapkan *Multi Level*

¹²Gemala Dewi, Wirnyaningsih, Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Di Indonesia* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 171.

Marketing Oriflame yang berjudul ***“Sistem Hangus Poin Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Konsultan Oriflame Cabang Surabaya”***.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan beberapa fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem “Hangus Poin” pada konsultan Oriflame cabang Surabaya?
2. Bagaimana sistem “Hangus Poin” pada konsultan Oriflame cabang Surabaya perspektif Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan di lakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem “Hangus Poin” pada konsultan Oriflame cabang Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan sistem “Hangus Poin” pada konsultan Oriflame cabang Surabaya perspektif Ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoretis maupun secara praktis.

1. Kegunaan Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan sebagai tambahan ilmu, informasi, dan referensi yang berguna bagi para pembaca dan mengaktualisasikan konsep yang ada, serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan materi dari pembahasan skripsi ini ke arah yang lebih sempurna.

2. Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoretis, penelitian ini juga diharapkan memberikan kegunaan secara praktis baik bagi peneliti, pihak kampus, konsultan Oriflame, maupun pihak yang lainnya.

a. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan kepada Calon Peneliti selanjutnya khususnya yang akan melakukan penelitian mengenai

“Analisis Sistem Hangus Poin Terhadap Konsultan Oriflame Perspektif Ekonomi Islam”

b. Bagi Konsultan (*member*)Oriflame

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran mengenai bagaimana perspektif Ekonomi Islam memandang sistem “Hangus Poin” yang diterapkan oleh pihak Oriflame

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman secara mendalam mengenai sistem “Hangus Poin” Oriflame bagi pihak yang ingin menjadi *member* Oriflame

d. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mengetahui cara menganalisis poin yang diterapkan oleh pihak Oriflame.

E. Definisi Istilah

Untuk dapat memahami persoalan yang akan dibahas dalam upaya menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan persepsi dalam memahami judul penelitian “Sistem Hangus Poin Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Konsultan Oriflame Cabang Surabaya”, maka perlu kiranya peneliti merumuskan definisi-definisi istilah sebagai berikut:

1. Sistem “Hangus Poin” terhadap konsultan Oriflame adalah suatu kebijakan yang dibuat oleh *Multi Level Marketing* Oriflame dimana jika dalam jangka waktu satu bulan *member* tidak dapat melakukan tutup poin, maka poin yang telah dikumpulkan sebelumnya akan hangus.
2. Konsultan Oriflame adalah sebutan untuk seseorang yang sudah terdaftar untuk menjadi *member* Oriflame.
3. Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam

F. Kajian Terdahulu

Tujuan kajian penelitian terdahulu adalah untuk memberikan kerangka kajian empiris dari kajian kerangka teoretis bagi permasalahan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang dihadapi, serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah.

1. Skripsi tahun 2016 yang ditulis oleh Muhamad Amin dengan judul, “Strategi Pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto)”. Dalam skripsi ini fokus kajiannya yaitu pada strategi pemasaran MLM pada PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto. Hasil penelitiannya, PT Natural Nusantara cabang Purwokerto dalam melakukan strategi pemasaran MLM sesuai dengan ekonomi Islam, karena jika dilihat dari sistem MLM pada PT. Natural Nusantara cabang Purwokerto tidak terdapat sistem *money game* atau permainan uang yang hanya menguntungkan anggota yang sudah berada di atas dan dilarang oleh ekonomi Islam karena hanya memutarakan uang tanpa adanya suatu produk yang dijual. Dilihat dari produk, semua produk pada PT. Natural Nusantara sudah mendapat izin dari BPOM serta sertifikasi halal dari MUI. Adapun sistem komisi pada PT. Natural Nusantara dapat dikategorikan ke dalam akad *ijarah*, sedangkan sistem bonus dapat dimasukkan ke dalam akad *ju’alah*, yaitu boleh. Sehingga dengan melihat dari beberapa hal yang terjadi pada PT. Natural Nusantara yaitu strategi pemasaran dengan sistem MLM dan sistem komisi ataupun bonus yang diberikan oleh PT. Natural Nusantara tidak lain adalah karena sebuah prestasi kerja yang dilakukan oleh para distributor PT. Natural Nusantara dalam memasarkan produk.¹³ Sedangkan pada penelitian yang sekarang fokus penelitiannya adalah mengenai sistem hangus poin pada konsultan Oriflame cabang Surabaya perspektif ekonomi Islam.

¹³Muhamad Amin, “Strategi Pemasaran MLM (*Multi Level Marketing*) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Natural Nusantara Cabang Purwokerto).” (Skripsi: IAIN Purwokerto, 2016), 85. Diakses dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id>, pada tanggal 22 September 2020.

2. Skripsi tahun 2017 yang ditulis oleh Kiki Yuliana dengan judul, “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN-MUI”. Skripsi ini menjelaskan tentang operasionalisasi akad dan sistem bonus di Oriflame Ponorogo. Menurut penulis, pelaksanaan akad MLM Oriflame di Ponorogo berlaku akad *bai' murabahah* antara perusahaan dengan anggota Oriflame. Berlaku akad *wakalah bil ujarah* antara perusahaan dengan anggota untuk menjualkan produk dan mengajak orang untuk bergabung. Berlaku akad *ju'alah* untuk pemberian komisi dan akad *ijarah* antara perusahaan dengan anggota yang telah menjualkan produk Oriflame dan merekrut orang. Mengenai sistem bonus yang diberikan kepada anggota telah sesuai dengan Fatwa DSN No. 75/DSN-MUI/VII/2009.¹⁴ Persamaannya dengan penelitian ini adalah dalam hal pendekatan dan jenis penelitiannya dimana keduanya sama-sama menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif. Sementara perbedaannya dengan penelitian ini adalah penulis lebih fokus pada sistem hangus poin yang dilakukan oleh pihak Oriflame, bukan pada operasional akad maupun sistem bonus yang diberikan oleh pihak Oriflame.
3. Skripsi tahun 2020 yang ditulis oleh Khasanatul Munawaroh dengan judul, “Pemberian Reward Pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Upline MLM Oriflame)”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sistem pemberian *reward* pada bisnis multi level marketing di Oriflame jika ditinjau menurut prespektif kaidah fiqh yaitu pada dasarnya semua akad dan muamalat hukumnya sah sehingga ada dalil yang membatalkan dan mengharamkannya. Bisnis di Oriflame sendiri harus memenuhi syarat-syarat, diantaranya adalah: *upline* dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis haram dan *syubhat*, dan ini sesuai yang dijalankan oleh Oriflame, walaupun masih ada *upline* yang tidak memenuhi syarat-syarat diatas seperti halnya pembinaan dan pengawasan *upline* terhadap *downline*-nya. Dalam hal ini sangat jelas bahwa seorang *downline* sangat dirugikan dan

¹⁴ Kiki Yuliana, “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN-MUI.” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2017), 88-89. Diakses dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id>, pada tanggal 22 September 2020.

ini sangat dilarang dalam Islam inilah yang dinamakan *dzalim* dan *bathil*. Sedangkan jika ditinjau dari fatwa DSN-MUI No. 7 tahun 2009 terdapat dua poin yang tidak seimbang yaitu pada poin 7 dan poin 11. Sedangkan pemberian *reward* pada bisnis multi level marketing di Oriflame tidak mengandung unsur *dzalim* dan eksploitasi yang dapat merugikan orang lain yaitu para downline-nya. Akan tetapi jika seorang *upline* tidak melakukan pembinaan terhadap bawahannya yang merupakan kewajibannya, maka pendapatan yang didapatkan dapat dikategorikan haram.¹⁵ Persamaan penelitian ini terletak pada pendekatan dan jenis penelitiannya dimana keduanya sama-sama menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya dimana fokus penelitian yang sekarang adalah mengenai sistem hangus poin pada konsultan Oriflame perspektif ekonomi Islam.

¹⁵Khasanatul Munawaroh, "Pemberian Reward Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada Upline MLM Oriflame)." (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2020), 60. Diakses dari <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>, pada tanggal 22 September 2020.

