

**PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM REFERRAL BONUS
MLM MENURUT ULAMA SYAFI'YAH
(Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty
di Purbalingga)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (SH)**

Oleh :

ANDES LASTE WIJAYA

NIM. 1717301098

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Andes Laste Wijaya

NIM : 1717301098

Jenjang : S-1

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul “PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM *REFERRAL* BONUS MLM MENURUT ULAMA SYAFI'YAH (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)” secara keseluruhan ini adalah hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 19 November 2021

Saya yang menyatakan,



Andes Laste Wijaya

NIM. 1717301098

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM REFERRAL BONUS MLM
MENURUT ULAMA SYAFI'İYAH
(Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)**

Yang disusun oleh Andes Laste Wijaya (NIM. 1717301098) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah diujikan pada tanggal 30 November 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

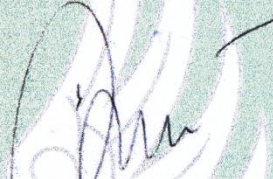
Ketua Sidang / Penguji I



Dr. H. Achmad Siddiq, M.H., M.H.I.

NIP. 19750720 200501 1 003

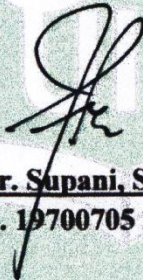
Sekretaris Sidang/ Penguji II



M. Fuad Zain, S.H.I., M.Sy.

NIDN. 2016088104

Pembimbing/ Penguji III



Dr. Supani, S.Ag., M.A.

NIP. 19700705 200312 1 001

Purwokerto, 9-12-2021

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Supani, S.Ag., M.A.

NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 19 November 2021

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi Sdri. Andes Laste Wijaya
Lampiran : 3 Ekslempar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:


Nama : Andes Laste Wijaya
NIM : 1717301098
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul : PENERAPAN AKAD *JU'ALAH* DALAM *REFERRAL*
BONUS MLM MENURUT ULAMA SYAFI'YAH (Studi
Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di
Purbalingga)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Demikian atas perhatian bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,


Dr. Supani, S.Ag., M.A.
NIP. 19700705 200312 1 001

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar. Tapi keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”

– B.J. Habibie –



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur penulis mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua (Ibu Jumirah dan Bapak Alm. Amadhi Harjo Supeno) yang telah senantiasa memberikan dukungan materi, moral dan spiritual kepada penulis sehingga penulis dapat sampai kepada titik sekarang.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	Đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)

ع	'Ain	... ' ...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Syaddah

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan tanda syaddah atau tanda *tasydīd*.

يُدُلُّ	Ditulis	<i>Yadulla</i>
سَيِّدُ	Ditulis	<i>Sayyidu</i>
حَتَّى	Ditulis	<i>Ḥatta</i>
أَنَّهَا	Ditulis	<i>Annaha</i>

C. Ta' Marbutoh diakhir kata bila dimatikan ditulis *h*

الإِبَاحَة	Ditulis	<i>Al-Ibāḥah</i>
المُضَارَبَة	Ditulis	<i>Al-Muḍārabah</i>
المُشَارَكَة	Ditulis	<i>Al-Musyārah</i>

Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila diketahui lafal aslinya.

D. Vokal Pendek

◌َ	<i>Faḥah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	<i>Ḍammah + wawu mati</i>	Ditulis	ū
	الْعُقُودِ	Ditulis	<i>Al-'uqūd</i>
2.	<i>Faḥah + Alif</i>	Ditulis	ā
	الْجُعَالَة	Ditulis	<i>Al-Ju'ālah</i>
3.	<i>Kasrah + ya' mati</i>	Ditulis	ī
	رَعِيمٍ	Ditulis	<i>Za'īm</i>

F. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang dilambangkan berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu

Faḥah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
------------------	---------	-----------

خَيْرٌ	Ditulis	<i>Khair</i>
عَلَيْهِ	Ditulis	<i>'alaihi</i>

G. Kata Sandang Alif dan Lam

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyyah* dan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah*, ditulis sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

الأصل	Ditulis	<i>Al-Aṣlu</i>
العقاب	Ditulis	<i>Al-'iqāb</i>
البر	Ditulis	<i>Al-Birri</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya dan menghilangkan huruf l (el) nya

التَّقْوَا	Ditulis	<i>Al-Taqwā</i>
------------	---------	-----------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam senantiasa disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafa'atnya di hari akhir kelak.

Dengan penuh rasa syukur skripsi yang berjudul “PENERAPAN AKAD *JU'ALAH* DALAM *REFERRAL* BONUS MLM MENURUT ULAMA SYAFI'YAH (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)” dapat terselesaikan dengan lancar. Namun, semua ini tidak terlepas dari dukungan, motivasi serta arahan dari para pihak, untuk itu selayaknya penulis ucapkan terimakasih yang begitu dalam kepada :

1. Dr. Supani, S. Ag., M.A., Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. H. Achmad Siddiq, M.H.I., M.H., Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
3. Dr. Hj. Nita Triana, M.Si., Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
4. Dr. Bani Syarif Maula, M.Ag., LL.M., Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
5. Agus Sunaryo, M.S.I., Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
6. Segenap Dosen Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya Fakultas Syariah yang telah memberikan bantuan administrasi mahasiswa.
8. Segenap pihak dari PT. Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty Purbalingga yang telah berkenan memberikan izin kepada peneliti untuk

melakukan penelitian skripsi ini dan menjadi narasumber wawancara, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Orangtua penulis, Alm. Bapak Amadhi Harjo Supeno dan Ibu Jumirah yang memberikan dukungan finansial dan senantiasa meridhoi baik selama menempuh perkuliahan sampai terselesaikannya skripsi ini.
10. Kakak-kakak tercinta Saeful Prasetyo, S.T. dan Yunita Nugrahani Amd. Farm, serta Bangkit, S.Sos. yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi.
11. Teman-teman Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2017 terkhusus HES C angkatan 2017, teman-teman Pesantren Mahasiswa Darul Falah Kedungwuluh Purwokert, teman-teman PPL PA Banjarnegara 2021 memberikan kenangan suka dan duka selama proses perkuliahan. Serta sahabat dan kerabat dekat Siti Afifah, Mita Mayangsari, Lin Nur Azizah, Siti Cholifah, Arya Dwi Putri, Dini, Meti dan Apip yang selalu mensupport, menemani, dan memberikan semangat selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tiada hal lain yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terimakasih yang sangat besar melainkan hanya doa, semoga amal baik dari semua pihak tercatat sebagai amal shaleh yang diridhai Allah SWT, dan mendapat balasan yang berlipat ganda di akhirat kelak. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 19 November 2021

Penulis,

Andes Laste Wijaya

**PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM *REFERRAL* BONUS MLM
MENURUT ULAMA SYAFI'YAH (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu
Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)**

ABSTRAK
Andes Laste Wijaya
NIM. 1717301098

**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Islam memberikan pemahaman yang berkaitan dengan bonus dapat dikatakan dengan *ju'ālah*. Kerjasama dalam konsep *ju'ālah* bertujuan untuk membantu meringankan beban pekerjaan, seperti pekerjaan dalam sebuah tim yang tidak bisa dilakukan sendiri. Dalam bisnis MLM konsep *ju'ālah* berkembang menjadi kegiatan inovatif berhadiah. Namun, tidak semua kompetisi berhadiah sesuai dengan konsep *ju'ālah* yang dibolehkan dalam Islam. Sebuah bisnis MLM diharapkan bisa memberikan rasa aman dan mampu untuk menjawab isu-isu yang beredar di tengah masyarakat yang memberikan kesan bahwa MLM identik dengan penipuan. Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui praktik *referral* bonus Oriflame di Jaringan Desty Purbalingga dan untuk mengetahui bagaimana penerapan akad *ju'ālah* dalam *referral* bonus Oriflame menurut ulama Syafi'iyah.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan atau *field research* dengan pendekatan sosiologis. Sumber data primer diperoleh dari observasi dan wawancara. Sedangkan sumber sekunder dari kitab *Fiqih Islam wa Adillatuhu* jilid 5 karya Wahbah az-Zuhailly dan kitab *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* jilid 20 karya Imam Nawawi Abi Zakariya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan metode induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu Jaringan Desty Purbalingga merupakan bisnis yang jelas (halal) serta tidak terdapat unsur penipuan, karena produk yang diperjualbelikan jelas dan bukan sesuatu yang diharamkan. Berdasarkan analisis terhadap praktik akad perjanjian pada *referral* bonus Oriflame termasuk dalam akad *ju'ālah*, karena pemberian *referral* bonus tersebut didasarkan atas prestasi kerja yang dilakukan oleh *member*. Kemudian setelah disandingkan dengan ketentuan umum yang menjadi substansi kitab *Fiqih Islam wa Adillatuhu* jilid 5 karya Wahbah az-Zuhailly dan kitab *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* jilid 20 karya Imam Nawawi, akad *ju'ālah* boleh diterapkan dalam *referral* bonus Oriflame karena sudah memenuhi rukun serta syarat yang disebutkan menurut ulama Syafi'iyah.

Kata kunci: *Referral* bonus, *Ju'ālah*, Ulama Syafi'iyah.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan sistem MLM sistem *network marketing*

Gambar 2 Oriflame anggota APLI



DAFTAR SINGKATAN



PT	: Perseroan Terbatas
MLM	: <i>Multi Level Marketing</i>
DSN	: Dewan Syariah Nasional
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
APLI	: Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia
PLBS	: Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
WFDSA	: <i>World Federation of Direct Selling Associations</i>
QR	: <i>Qualified Recruitment</i>
WP	: <i>Welcome Program</i>
KTP	: Kartu Tanda Penduduk
SAW	: <i>Sallalāhu ‘alaihiwasallam</i>
SWT	: <i>Subhānahū wata ‘ālā</i>
QS	: Quran Surat
UIN	: Universitas Islam Negeri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYETAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II	AKAD <i>JU'ĀLAH</i> MENURUT ULAMA SYAFI'YAH DAN REFERRAL BONUS MLM ORIFLAME
A. Ketentuan Umum Akad <i>Ju'ālah</i>	20
1. Pengertian Akad <i>Ju'ālah</i>	20
2. Dasar hukum <i>Ju'ālah</i>	23
3. Rukun <i>Ju'ālah</i>	27
4. Syarat <i>Ju'ālah</i>	29

	B. Ketentuan <i>Ju'ālah</i> Menurut Ulama Syafi'iyah	31
	1. Pelaksanaan <i>Ju'ālah</i>	31
	2. Penetapan Waktu <i>Ju'ālah</i>	32
	3. Objek Pekerjaan <i>Ju'ālah</i>	34
	4. Pembatalan dan Berakhirnya <i>Ju'ālah</i>	35
	C. Referral Bonus MLM Oriflame.....	36
	1. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	36
	2. Pengertian <i>Referral</i> Bonus Oriflame	43
	3. Syarat dan Ketentuan <i>Referral</i> Bonus Oriflame.....	43
	4. Mekanisme <i>Referral</i> Bonus Oriflame.....	44
	5. Periode <i>Referral</i> Bonus Oriflame	46
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian.....	47
	B. Pendekatan Penelitian.....	49
	C. Sumber Data.....	49
	D. Metode Pengumpulan Data	51
	E. Analisis Data	53
BAB IV	ANALISIS PENERAPAN AKAD <i>JU'ĀLAH</i> DALAM <i>REFERRAL</i> BONUS MLM ORIFLAME JARINGAN DESTY PURBALINGGA MENURUT ULAMA SYAFI'YAH	
	A. Analisis Praktik <i>Referral</i> Bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.....	55
	B. Analisis Penerapan Akad <i>Ju'ālah</i> dalam <i>Referral</i> Bonus Oriflame Jaringan Desty Menurut Ulama Syafi'iyah	66
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	76
	B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang yang serba online, semua orang bisa mengakses apapun, dimanapun dan kapanpun secara bebas. Sebagai contoh, kini dunia sedang marak dengan online bisnis yang sangat menarik hati perhatian masyarakat. Dengan keadaan yang serba online, semua orang menjadi lebih mudah untuk menjalani bisnis. Salah satu bisnis online yang menawarkan pendapatan tinggi yaitu *multi level marketing*. Bisnis yang sedang menjadi buah bibir dan sorotan sebagai salah satu penggerak kehidupan ekonomi yang banyak menawarkan kesuksesan serta pendapatan melimpah. Bagi sebagian masyarakat, bisnis *multi level marketing* (MLM) ini menjadi opsi untuk mendapatkan penghasilan sampingan dengan jumlah besar.¹ Perkembangan bisnis *multi level marketing* ini tidaklah terlepas dari pengaruh berkembangnya internet. Berdasarkan data 10 negara pengguna internet terbesar di dunia tahun 2019, Indonesia ada di posisi ke-5 dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta jiwa.²

Promosi dengan cara online juga banyak dilakukan oleh perusahaan MLM saat ini. Anggota yang tergabung dalam perusahaan MLM

¹ Adriyani Idris dkk, "Penerapan Sistem Syariah pada Multilevel Marketing Syariah (Studi Kasus di Stokist K-Link Lalolara Kendari)", *Jurnal Fawaid*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 52.

² Statista, "Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet: Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019", www.databoks.katadata.co.id, diakses pada 4 November 2020.

akan dapat terakses secara otomatis melalui media *database*³ dan *website*. Dengan adanya hal tersebut, kita bisa melirik siapa saja *upline* dan *downline* kita dalam beberapa detik. Teknologi memang membuat semuanya menjadi lebih mudah.⁴ Selain itu, bisnis online *multi level marketing* di Indonesia bahkan dunia yang kini semakin maju ialah bisnis berjenjang yang pemasarannya dengan sistem jaringan. Semakin banyak anggota yang ada dalam perusahaan, maka semakin banyak juga keuntungan yang didapat.⁵ Disamping itu, mereka juga akan memberi motivasi kepada orang-orang dengan cara memberikan penghargaan atas pencapaiannya dalam bisnis tersebut.

Salah satu industri kosmetik dengan sistem MLM yang sedang diminati masyarakat sekarang ini yaitu Oriflame. Oriflame ialah sebuah perusahaan *direct selling* atau MLM di bidang industri kosmetik dengan progres terbesar dari seluruh perusahaan kosmetik dunia. Tiga kategori perusahaan MLM terbesar di dunia diantaranya yaitu Oriflame.⁶ Seluruh produk Oriflame sudah terdaftar di BPOM dan beberapa produknya sudah berlabel halal MUI. Kemudian untuk menjalankan bisnis ini tidaklah

³ *Database* atau basis data adalah sekumpulan data yang diperoleh dan disimpan dalam komputer yang bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam mengolah data. Jevi Nugraha, "Mengenal Fungsi Database dan Jenis-jenisnya, Perlu Diketahui", *www.merdeka.com*, diakses pada 6 November 2021.

⁴ Abdur Rohman, "Analisa Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi atas Marketing Plan *www.Jamaher.Network*", *Jurnal al-'Adalah*, Vol. XIII, No. 2, 2016, hlm. 180.

⁵ Yolanda, "Kontribusi Multi Level Marketing Terhadap Peningkatan Perekonomian Anggota menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru", *Skripsi*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012, hlm. 13-14.

⁶ Kiki Yuliana, "Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI", *Skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017, hlm.10.

memerlukan waktu tertentu, karena bisnis tersebut bisa dijalankan dengan waktu yang senggang (fleksibel).

Bukan hanya dari kalangan wanita saja yang telah bergabung dan menggemari produk-produk berkualitas dari Oriflame, namun dari kalangan laki-laki juga banyak yang telah bergabung dan menggemari produk Oriflame. Oleh karena bisnis tersebut telah menjanjikan berbagai bonus menarik, mulai dari bonus dalam bentuk uang, mobil, jalan-jalan bahkan umroh. Untuk bergabung menjadi *member* dalam bisnis Oriflame ini cukup merogoh kocek sebesar 49.900 rupiah. Kemudian untuk *member* baru yang memiliki keinginan mendapat bonus dari perusahaan Oriflame, maka ia harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Di samping menawarkan berbagai bonus kepada anggotanya, bisnis ini juga mempunyai prinsip yang baik, salah satunya prinsip merekrut yaitu membantu *downline* untuk mengikuti jejak *uplinenya* yang sukses merintis bisnis ini. Artinya mereka telah membantu membukakan pintu rezeki orang lain. Dalam bisnis Oriflame ini, kita tidak hanya sekedar mencari keuntungan, namun juga membantu para *downline-downline* untuk mencapai target yang mereka inginkan. Disini, *upline* harus bergerak untuk membina para *downlinenya* masing-masing. *Upline* yang tidak bergerak aktif dalam membina *downlinenya*, maka akan gagal dalam memperoleh tujuan utamanya. Sebagai contoh yaitu bagi member baru yang menginginkan mobil, maka ia harus merekrut anggota sebanyak mungkin, dan membinanya hingga berhasil.

Dalam Islam, bisnis dengan cara syariah itu dibolehkan dengan dasar belum ada dalil yang mengharamkannya. Dalam kaidah fikih, bab yang menjelaskan tentang muamalah adalah sebagai berikut:⁷

الأصل في المعاملة إلا باحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah dibolehkan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Setiap kegiatan muamalah pada dasarnya harus mematuhi ketentuan yang sudah disebutkan dalam al-Qur'an, hadis, ijmak ulama serta peraturan pemerintah yang berlaku. Salah satu contohnya yaitu dengan mengamalkan sikap *amal ma'ruf nahi munkar* yang merupakan prinsip dari syariat. Berdasarkan prinsip tersebut, maka setiap kegiatan muamalah yang membawa ke arah positif atau kebaikan dapat dibenarkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Sebaliknya apabila setiap kegiatan muamalah yang membawa ke arah negatif dan merugikan para pihak, maka hal itu dilarang oleh syariat. Dengan demikian, kegiatan muamalah yang dilaksanakan haruslah sesuai dengan tujuan syariat yaitu mewujudkan kemaslahatan dan menghindarkan kemudharatan dalam kehidupan manusia.⁸ Allah berfirman dalam Q.S an-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ

Hai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan *ulil amri* (pemegang kekuasaan) diantara kamu.

⁷ A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan masalah-masalah yang Praktis* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 130.

⁸ Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah", *IQRA: Jurnal Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 39.

Dengan demikian, Islam memberlakukan prinsip muamalah yaitu ketika melakukan kegiatan muamalah harus sesuai dengan aturan dalam syariat dan peraturan pemerintah. Apabila kegiatan muamalah yang dilaksanakan dengan melanggar aturan yang berlaku atau bertentangan dengan syariat, maka dipandang tidak sah. Berbicara mengenai bisnis MLM, hal ini tidak lepas dari pembahasan tentang bisnis berjenjang yang pastinya ada akad didalamnya. Pada dasarnya, setiap kegiatan bisnis dalam perspektif syariah termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh dilakukan). MLM atau *multi level marketing* merupakan sebuah bisnis kontemporer yang memang belum ada pada zaman Rasulullah SAW. Suatu perusahaan MLM yang legal biasanya tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) atau *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA), dengan kata lain perusahaan MLM yang telah tergabung adalah perusahaan yang sah. Biasanya, para anggota akan diberi pelatihan produk yang memadai.⁹

Bisnis MLM ini tentunya melibatkan akad di dalamnya. Selain akad jual beli, bisnis MLM ini juga melibatkan akad *ijārah* (sewa/jasa) dan akad *ju'ālah* (sayembara).¹⁰ Namun, Akad yang menjadi sorotan dalam bisnis MLM ini yaitu akad *ju'ālah* dalam pemberian bonus tambahan. *Ju'ālah* menurut bahasa merupakan sesuatu yang diberikan kepada seseorang atas apa yang telah dikerjakannya. Konsep *ju'ālah* sepadan dengan disiplin kerja yang

⁹ Husen Mulachela, Muchamad Nafi (ed.), "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game", www.katadata.co.id, diakses pada 6 November 2021.

¹⁰ Lailatur Rahmah dkk, "Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009: Studi Kasus pada Member MLM 4Jovem di Situbondo" *Jurnal Istidlal*, Vol. 1, No. 2, 2017, hlm. 106.

sangat dihargai oleh masyarakat saat ini yaitu memberikan penghargaan sesuai dengan usahanya. Bukti bahwa Islam adalah agama yang konsisten dalam memegang prinsip kejujuran dalam akad *ju'alah* yaitu dengan memberikan imbalan yang sesuai.¹¹ Sehingga akan membuat banyak pihak untuk berlomba-lomba mencapai target tertentu. Mengenai kebolehnya, beberapa ulama membolehkan akad *ju'alah*, salah satunya adalah ulama Syafi'iyah.

Oriflame Jaringan Desty merupakan jaringan yang cukup berkembang di Indonesia dan memiliki senior-senior yang berkompeten dalam membina *membernya*. Berpusat di Kota Purbalingga Jawa Tengah dengan ketua Desty Anggita Tungga Dewi. Pada tahun 2018 Oriflame Jaringan Desty memiliki 30 anggota atau member. Kemudian berkembang dan kini pada tahun 2021 memiliki 100 *member* dengan level yang berbeda-beda.¹² Promosi dan hadiah yang diberikan Oriflame kepada *membernya* merupakan bentuk strategi untuk membuat *membernya* bertahan dalam bisnis tersebut. Menariknya, dalam kalangan bisnis banyak perusahaan yang mau membayar mahal setiap anggotanya yang berhasil memenuhi target tertentu dalam memproduksi barang atau jasa. Tidak hanya itu, dalam bisnis MLM ini konsep *ju'alah* berkembang menjadi kegiatan inovatif dan uji kreativitas yang berhadiah. Namun, kembali lagi kita harus cermat, bahwa tidak semua kompetisi berhadiah sesuai dengan konsep *ju'alah* yang dibolehkan dalam Islam. Sebuah bisnis MLM yang bertujuan untuk berbagi kepada *membernya*

¹¹ Haryono, "Konsep *al-Ju'alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari", *Jurnal Al-Mashlahah Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 5, No. 09, 2017, hlm. 643.

¹² Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 6 September 2021.

diharapkan bisa memberikan rasa aman dan mampu untuk menjawab isu-isu yang beredar di tengah masyarakat yang memberikan kesan bahwa MLM identik dengan penipuan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk membahas mengenai permasalahan pokok dalam MLM yaitu persoalan penerapan akad *ju'ālah* menurut ulama Syafi'iyah, khususnya dalam pemberian bonus tambahan. Kemudian penulis lanjutkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral Bonus* MLM Menurut Ulama Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)"**.

B. Definisi Operasional

Untuk terhindar dari terjadinya kekeliruan dalam memahami beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi "Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral* Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)", maka penulis akan memberikan beberapa pemahaman definisi judul yang bersifat operasional agar mudah dimengerti dengan jelas tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Akad *Ju'ālah*

Akad adalah sebuah perjanjian tertulis yang memuat ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan). Istilah *al-'aqdu* (akad) dapat disamakan dengan istilah perikatan dalam KUH Perdata. Sedangkan *al-'ahdu* (janji) dapat disamakan dengan istilah perjanjian.¹³ *Al-ju'ālah* adalah akad atas suatu manfaat yang diperkirakan akan mendapatkan

¹³ Sovia Hasanah, "Konsep Akad Menurut Hukum Islam dan Perjanjian Menurut KUH Perdata", www.hukumonline.com, diakses pada 6 November 2020.

imbalan atas suatu pekerjaan yang dijanjikan di awal. Secara bahasa makna *ju'alah* adalah upah/imbalan atas suatu perjanjian dalam sebuah muamalah.¹⁴ Jadi akad *ju'alah* adalah suatu janji memberikan imbalan kepada seseorang yang telah selesai melaksanakan pekerjaan yang diminta. Dalam penelitian ini akad *ju'alah* yang dimaksud adalah konsep akad *ju'alah* menurut Ulama Syafi'iyah. Dimana ulama Syafi'iyah membolehkan adanya *ju'alah* dalam pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang telah dicapai.

2. *Referral* bonus

Referral merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran. Istilah *referral* ini sering ditemukan dalam bisnis *multi level marketing* (MLM). *Referral* bonus ini bisa didapat ketika kita bisa mengajak teman untuk bergabung dengan bisnis MLM yang sedang dijalani. Dalam penelitian ini *referral* bonus yang dimaksud adalah dalam bisnis MLM Oriflame. *Referral* bonus Oriflame yaitu penghasilan yang didapatkan ketika member baru yang direkrut langsung oleh kita melakukan pembelian sebesar 300 ribu (harga *member*) dalam 1 invoice atau pemesanan. Besarnya yaitu 10 % dari harga asli (katalog) barang pembelian *member* baru tersebut. Waktunya yaitu 6 bulan dihitung dari bulan member baru tersebut terdaftar.¹⁵ Yang dimaksud *referral* bonus dalam penelitian ini yaitu *referral* bonus dalam Oriflame.

3. *Multi Level Marketing* (MLM)

¹⁴ Haryono, "Konsep *al-Jualah* dan Model Aplikasinya", hlm. 645.

¹⁵ Bangkit Wahyudiani, Wakil Ketua Jaringan Desty Oriflame Purbalingga, Wawancara pada 4 Januari 2021.

Multi level marketing (MLM) adalah salah satu sistem pemasaran yang menjadikan pelanggan sebagai jaringan distribusi. *Multi* berarti banyak, *level* berarti berjenjang dan *marketing* berarti pemasaran, sehingga *multi level marketing* adalah pemasaran yang banyak dan berjenjang. MLM merupakan konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk terlibat sebagai penjual sekaligus mendapat keuntungan pada garis kemitraannya. Selanjutnya *member* diharapkan bisa mengajak orang lain untuk menjadi *member* juga sehingga jaringan pemasaran semakin besar dan luas. Pencapaian *member* untuk mengajak serta menambah *member* baru akan memberikan keuntungan dan meningkatkan omzet perusahaan.¹⁶ Yang dimaksud bisnis MLM dalam konteks ini adalah perusahaan MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.

4. Ulama Syafi'iyah

Syafi'iyah ialah para ulama yang mengikuti metode Imam Syafi'i atau bermazhab Syafi'i. Di antara pengikut Imam Syafi'i ada yang mencapai derajat mujtahid muqayyad seperti al-Muzanni dan al-Buwaithi. Metode Imam Syafi'i ini merupakan kerangka dasar istinbath berdasarkan empat sumber yaitu al-Qur'an, sunnah, ijma', dan qiyas. Kerangka dasar ini adalah dasar Imam Syafi'i dalam menyatakan pendapat hukum. Bermazhab berarti mengikuti manhaj-nya, atau qaul-nya, atau dua-duanya. Dalam mazhab Syafi'i terdapat banyak dinamika, karena pendapat Imam

¹⁶ Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)", www.kajianpustaka.com, diakses pada 6 November 2020.

Syafi'i dalam satu kasus tidak tunggal.¹⁷ Pendapat Ulama Syafi'iyah dalam penelitian ini yaitu mengenai akad *ju'alah*. Dimana ulama Syafi'iyah membolehkan adanya akad *ju'alah* dalam pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang telah dicapai.

5. Jaringan Desty

Jaringan Desty merupakan suatu jaringan/tim/grup di sebuah perusahaan Oriflame yang berpusat di Purbalingga dengan ketua Desty Anggita Tungga Dewi. Oriflame Jaringan Desty ini merupakan jaringan yang cukup berkembang di Indonesia dan memiliki senior-senior yang berkompeten dalam membina *membersnya*. Pada tahun 2018 Oriflame Jaringan Desty memiliki 30 anggota atau member. Kemudian berkembang dan kini pada tahun 2021 memiliki 100 *member* dengan level yang berbeda-beda.¹⁸

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga?
2. Bagaimana penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame menurut ulama Syafi'iyah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

¹⁷ M Kholid Syeirazi, "Bermazhab Syafi'i atau Syafi'iyah?". www.nuonline.org., diakses pada 5 Desember 2021.

¹⁸ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 6 September 2021.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui praktik *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.
- b. Mengetahui penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame menurut ulama Syafi'iyah.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber informasi ilmiah serta memberi wawasan praktik *referral* bonus Oriflame Jaringan Desty dan penerapan akad *ju'alah* menurut ulama Syafi'iyah.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran ulama Syafi'iyah terhadap akad *ju'alah* dalam bisnis MLM Oriflame di Jaringan Desty Purbalingga agar mampu memberikan manfaat pada masyarakat secara luas.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dilakukan untuk menelaah literatur atau bahan bacaan yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dilakukan pada skripsi

ini.¹⁹ Kajian ini memiliki tujuan untuk mencari dan mengumpulkan data yang tersedia dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam penulisan skripsi ini yang relevan dengan penelitian penulis baik secara teori, subjek dan objek penelitian, dan analisis.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Mohamad Fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak tahun 2015 yang berjudul “Konsep Akad *Ju’alah* dalam perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) Patuh Syariah”, mengkaji tentang konsep akad *ju’alah* secara menyeluruh yang diaplikasikan dalam bisnis MLM. Pembahasan kajiannya meliputi pengertian akad *ju’alah*, hukum akad *ju’alah*, rukun dan syarat akad *ju’alah*, pembatalan akad *ju’alah*, serta permasalahan-permasalahan yang melibatkan akad *ju’alah* dalam MLM. Mohamad Fairuz juga membahas mengenai perbedaan antara akad *ju’alah* dengan akad upah atau sewaan (*ijarah*). Dengan kata lain, *ju’alah* adalah akad yang berorientasikan dari hasil dan bukan berorientasikan proses atau kerja yang dilakukan.²⁰ Kemudian penulis juga menyebutkan tentang hukum akad *al-ju’alah*, diantaranya yaitu menurut mazhab Hanafi yang menolak penggunaan akad *ju’alah* karena faktor *gharar* (kesamaran) yang menjadi penyebab berlakunya penipuan di dalam kontrak *ju’alah* yaitu dalam akad *ju’alah* tidak diketahui secara tepat pekerjaan yang akan dilakukan dan waktu pengerjaannya, sedangkan mazhab Hanafi mengharuskan adanya syarat tersebut.

¹⁹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 162.

²⁰ Mohamad fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak, “ Konsep Akad *Ju’alah* dalam Perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) Patuh Syariah”, *Umran International Journal of Islamic and Civilization Studies*, Vol. 2, No. 1, 2015.

Kemudian dalam jurnal yang ditulis oleh Abdur Rohman tahun 2016 yang berjudul “Analisis Penerapan Akad *ju’alah* dalam Multi Level Marketing (MLM) Studi Atas Marketing Plan *www.jamaher.network*”, isinya lebih mengacu pada analisis penerapan akad *ju’alah* pada MLM *www.jamaher.network* yang melihat dari pandangan mazhab (Syafi’i, Hanbali, Maliki, dan Hanafi) dan Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju’alah*. Selain itu, Abdur Rohman juga membahas teori-teori umum mengenai akad *ju’alah*. Kontroversi ulama mengenai *ju’alah* juga termasuk dalam pembahasan jurnal, penulis menyebutkan ada perbedaan pendapat mengenai hukum *ju’alah* tersebut. Mayoritas yang membolehkan *ju’alah* adalah ulama Syafi’iyah, Hanbali dan Maliki. Penulis juga memberikan analisis penerapan akad *ju’alah* menurut Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju’alah*. Ada 5 syarat yang harus diperhatikan oleh pemilik MLM yang nantinya boleh atau tidaknya penerapan akad *ju’alah* untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa. Pada intinya akad *ju’alah* boleh dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa.²¹

Selain itu, dalam jurnal *Al-Hurriyah* Tahun 2010 yang ditulis oleh Aidil Alfin dengan judul “Syari’atisasi Sistem Multi Level Marketing (Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri)”, mengkaji tentang usaha penyari’atan bisnis yang telah dilakukan oleh PT Mitra Permata Mandiri yaitu dengan mengaplikasikan 4 akad yang

²¹ Abdur Rohman, “Analisis Penerapan Akad *Ju’alah*”.

legal dimata hukum Islam dalam bisnisnya yaitu akad *wakalah*, akad *bi murabahah*, akad *ijarah* dan akad *ju'alah* yang merujuk pada Fatwa DSN No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Berjenjang Syari'ah (PLBS).²² Selain itu, penulis membahas tentang karakteristik sistem MLM menurut beberapa pandangan. Dalam jurnal ini, pembahasan spesifik tertuju pada MLM konsep Binari, dimana sistem binari tidak sama dengan MLM, tetapi karena adanya banyak penyimpangan sistem ini merupakan praktek bisnis curang yang melanggar norma-norma atau etika bisnis.

Adapun dalam skripsi yang berjudul " Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap" dengan penulis Latifah Shofarastuti membahas tentang praktik *multi level marketing* syariah pada PT HPAI Cilacap. Dalam skripsi ini disebutkan beberapa akad yang berkaitan dengan MLM antara lain akad *wakalah*, akad jual beli (*al-Bai*), dan akad *ju'alah*. Latifah memberikan kesimpulan bahwa sistem operasional *multi level marketing* syariah yang dipraktikkan pada HNI HPAI di Cilacap memiliki kesesuaian dengan peraturan Fatwa DSN-MUI No. 75/VII/2009 baik dari segi produk, harga, transaksi, pemberian komisi serta perekrutan anggota. Kemudian HNI Pusat - HNI cabang dalam aspek *multi level marketing* syariah menggunakan akad *wakalah bil ujarah*, dan *wakalah muqayyadah* disebut *wakalah* karena pusat bisnis Cilacap sudah sah diakui sebagai *business center* sebagaimana tertera dalam buku panduan sukses

²² Aidil Alfin, "Syari'atisasi Sistem Multi-Level Marketing: Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri", *Jurnal al-Hurriyah*, Vol. 11, No. 2, 2010.

HNI-HPAI yang menjadi rujukan bagi penulis. Sedangkan BC-Mitra menggunakan akad jual beli yang disertai akad *ju'alah*.²³

Dalam skripsi tahun 2019 yang ditulis oleh Rendi Karno (UIN Raden Intan Lampung) dengan judul “Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera (Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung)” menguji tentang kelayakan dan kualitas PT Melia Sehat Sejahtera dalam melakukan *marketing plan* dan menambahkan analisis normatif berdasarkan Fatwa DSN dengan Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 yang praktiknya menggunakan akad *ju'alah* selama kurang lebih 15 tahun.²⁴ Didalamnya penulis juga membahas tentang ketentuan umum *ju'alah* dan MLM meliputi pengertian, rukun, syarat, ketentuan hukum, ketentuan akad, serta pandangan-pandangan ulama tentang *ju'alah*. Selain itu, beberapa kriteria yang lebih mendetail tentang pelaksanaan *multi level marketing* juga dibahas dalam skripsi yang ditulis oleh Rendi Karno.

Skripsi karya Kiki Yuliana, “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI” menjelaskan mengenai pelaksanaan akad dan ketentuan-ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) serta operasional MLM Oriflame. Dalam fatwa tersebut pelaksanaan

²³ Latifah Shofarastuti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari’ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap”, *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.

²⁴ Rendi Karno, “Analisis Hukum Islam Tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera: Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung”, *Skripsi*, Lampung: UIN Reden Intan Lampung, 2019.

akad *Ba'i al-Murābahah* perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame. Kemudian berlakunya akad *wakalah bil ujrah* antara perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame untuk menjualkan produk dan mengajak orang untuk bergabung. Adapun berlakunya akad *ju'ālah* dalam pemberian komisi kepada anggota Oriflame dan akad *ijārah* antara perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame karena telah menjualkan produk Oriflame dan merekrut orang. Tetapi masih ada yang belum sesuai dengan akad *ju'ālah* karena Oriflame ada batasan waktu, sedangkan akad *ju'ālah* tidak ada batasan waktu. Hal ini berdasarkan adanya syarat tambahan yang diberikan mazhab Maliki yang tidak membolehkan adanya batasan waktu dalam akad *ju'ālah*. Sehingga Kiki Yuliana memberi kesimpulan bahwa pada sistem bonus MLM Oriflame yang ditinjau menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah telah sesuai.²⁵

Berdasarkan beberapa skripsi dan jurnal yang telah ditelusuri dan dipelajari penulis, memang sudah banyak karya-karya yang membahas tentang bisnis MLM yang berkaitan dengan penjualan berjenjang yang berbasis syariah. Tetapi pembahasannya mengenai tinjauan hukum jual beli dengan sistem MLM, apakah sudah sesuai atau belum dengan kriteria DSN MUI, akad-akad yang terdapat dalam bisnis MLM. Sejauh yang penulis ketahui bahwa dalam jurnal Mohamad Fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak secara umum telah menyebutkan secara rinci rukun dan syarat yang harus

²⁵ Kiki Yuliana, "Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI".

dipenuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam bisnis MLM. Namun, semua itu hanya memberikan tumpuan terhadap konsep akad *ju'alah* yang diterapkan dalam aplikasi perniagaan MLM. Kemudian dalam jurnal yang ditulis oleh Abdur Rohman menganalisis penerapan akad *ju'alah* pada MLM “Jamaher network” yang melihat dari pandangan beberapa mazhab dan Fatwa DSN MUI. Selain itu, mengaplikasikan 4 akad sekaligus dalam MLM disebutkan di jurnal *Al-hurriyah* yang ditulis oleh Aidil Alfin. Berbeda dengan Latifah Shofarastuti yang menuliskan sebuah skripsi tentang suatu bisnis dikatakan halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila memenuhi 12 poin persyaratan menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Namun berbeda lagi dengan skripsi tahun 2019 yang ditulis oleh Rendi Karno lebih memaparkan secara transparan dan terbuka tentang sistem pembagian hasilnya. Selanjutnya skripsi karya Kiki Yuliana menjelaskan mengenai penerapan akad pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang diatur melalui Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dari sekian skripsi dan jurnal yang penulis temui belum ada yang membahas tentang praktik akad *ju'alah* dalam sistem *referral* bonus MLM menurut pandangan ulama Syafi'iyah. Sebagian besar skripsi dan jurnal membahas tentang penerapan akad *ju'alah* menurut pandangan Islam dalam lingkup yang luas. Sedangkan penulis akan membahas lebih khusus lagi tentang penerapan akad *ju'alah* menurut ulama

Syafi'iyah dalam sistem *referral* bonus MLM yang ada di Oriflame Jaringan Desty.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi menjadi lima sub bab dengan uraian berikut:

BAB I merupakan Pendahuluan yang berisikan uraian dari konsep dasar yang memberikan gambaran umum, yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi tentang gambaran umum mengenai konsep bisnis Multi Level Marketing dan akad *ju'alah* menurut Ulama Syafi'yah. Bab ini merupakan landasan teori atau tinjauan umum yang berkaitan dengan pembahasan pada bab selanjutnya. Terdapat beberapa sub pembahasan yang ada dalam bab ini yaitu pengertian akad, konsep akad *ju'alah*, pandangan ulama Syafi'iyah mengenai penerapan akad *ju'alah* dalam MLM, sistem bisnis MLM Oriflame, dan sistem *referral* bonus Oriflame.

BAB III menjelaskan tentang metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV membahas tentang bagaimana analisis penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame jaringan Desty di Purbalingga menurut Ulama Syafi'iyah. Bab ini menjadi pembahasan utama yang memuat tentang analisis konsep penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus *multi level*

marketing Oriflame perspektif ulama Syafi'iyah, mekanisme kerja bisnis *multi level marketing* pada Oriflame, yang kemudian diteliti apakah sudah sesuai atau belum dengan konsep akad *ju'ālah* menurut ulama Syafi'iyah.

BAB V adalah penutup dari skripsi. Bab ini memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang merupakan jawaban hasil penelitian dan pemahaman dari rumusan masalah. Saran yang berisi masukan-masukan hasil penelitian.



BAB II
AKAD *JU'ĀLAH* MENURUT ULAMA SYAFI'YIAH
DAN *REFERRAL* BONUS MLM

A. Ketentuan Umum Akad *Ju'ālah*

1. Pengertian Akad *Ju'ālah*

Dalam melaksanakan suatu hubungan dua arah, Islam mengartikan akad sebagai ikatan antara kedua belah pihak. Hubungan ini berlaku untuk kepentingan materi berupa benda atau jasa yang diukur dengan kebiasaan yang terjadi dalam masyarakat tertentu atau dapat juga berupa pemberian (hadiah). Secara bahasa, akad memiliki arti perjanjian atau kontrak.²⁶ Dengan terbentuknya akad, akan muncul hak dan kewajiban di antara pihak yang bertransaksi.²⁷ Misalnya dalam jual beli, penjual memiliki kewajiban memberikan barang kepada pembeli, sedangkan pembeli memiliki kewajiban memberikan uang sebagai harga atas objek transaksi. Kemudian muncul hak penjual yaitu hak untuk menerima uang sebagai kompensasi barang.

Sebelum menjelaskan mengenai pendapat Ulama Syafi'iyah tentang akad *ju'ālah*, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan tentang akad *ju'ālah* secara umum. Akad *ju'ālah* sejenis dengan sayembara, yaitu menawarkan sebuah pekerjaan yang belum jelas dapat diselesaikan. Secara harfiah, *ju'ālah* memiliki makna sesuatu yang dibebankan kepada orang

²⁶ Ridwan Nurdin, *Fiqh Muamalah: Sejarah, Hukum, dan Perkembangannya* (Banda Aceh: PeNA, 2014), hlm. 21.

²⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 65.

lain untuk dikerjakan.²⁸ *Ju'alah* dalam bahasa Indonesia dapat disebut dengan komisi, tetapi komisi yang dibuat dalam sebuah akad atau transaksi. Akad *ju'alah* ialah transaksi yang juga terdapat di dalam kajian fikih klasik sekaligus banyak ditemukan di dalam kehidupan modern sekarang ini. Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa tentang akad *ju'alah* yaitu Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007. Seringkali dalam sebuah praktik kehidupan masyarakat di bidang keuangan, perbankan, bisnis, dan sosial membutuhkan akad *ju'alah* sebagai sebuah akad.²⁹

Menurut bahasa, *ju'alah* memiliki arti imbalan atas prestasi, baik prestasi tersebut berhasil karena pekerjaan tertentu yang diberikan kepadanya atau prestasi karena ketrampilan yang ditunjukkan dalam sebuah kompetisi.³⁰ Sedangkan secara terminologi fikih, *ju'alah* artinya suatu tanggung jawab (*iltizām*) dalam bentuk janji untuk memberikan imbalan tertentu secara sukarela terhadap orang yang berhasil melakukan perbuatan atau memberikan jasa yang belum pasti dan dapat dilakukan atau dihasilkan sesuai apa yang diharapkan.³¹ Menurut *syara'*, akad *ju'alah* adalah komitmen memberikan imbalan yang jelas atas suatu pekerjaan

²⁸ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, hlm. 165.

²⁹ M. Pudjihardjo dan Nur Faizin Muhith, *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah* (Malang: UB Press, 2019), hlm. 116.

³⁰ Helmi Karim, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 46.

³¹ Apridar dan Rita Meutia, *Model Ekonomi Syariah: Fondasi Sistem Ekonomi* (Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2020), hlm. 198.

tertentu atau tidak tertentu.³² Sebagai contoh, seseorang kehilangan tas, kemudian orang itu berkata, "Saya telah kehilangan tas, siapa saja yang berhasil menemukan tas saya yang hilang, maka saya akan memberi imbalan sebesar 50.000 rupiah".

Pada umumnya para ulama memiliki pendapat bahwa *ju'alah* termasuk bagian dari akad perjanjian, karena *ju'alah* memuat hak dan kewajiban.³³ Sebagaimana telah di atur dalam hukum perjanjian atau dikenal dengan istilah hukum perikatan. *Ju'alah* adalah sebuah perjanjian dimana hadiah dibayarkan kepada pihak siapa saja yang menyelesaikan tugas tertentu dan ditunjuk oleh pihak pertama dalam beberapa waktu. *Ju'alah* merupakan transaksi yang sah menurut Syariah.³⁴ Diantaranya ada ulama Syafi'iyah yang menyatakan bahwa akad *ju'alah* yaitu seseorang yang telah berjanji memberi suatu imbalan kepada orang yang berhasil memberikan jasa tertentu kepadanya.³⁵ Apabila seseorang berhasil mengembalikannya, maka ia memiliki hak untuk mendapatkan imbalan yang telah disyaratkan di awal.³⁶ Ulama Syafi'iyah lebih menegaskan

³² Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu: Hukum Transaksi Keuangan, Transaksi Jual-Beli, Asuransi, Khayar, Macam-Macam Akad Jual Beli Akad Ijarah (Penyewaan)*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk (Jakarta: Gema Insani, 2011), V : 432.

³³ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Ijarah dan Ju'alah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 272.

³⁴ Amir Hamzah Abdul Basit Khan, "Parallel Ju'alah and Its Applications in Contemporary Islamic Financing", *International Journal of Human and Society*, Vol.1, No.1, 2019, hlm. 1.

³⁵ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 266.

³⁶ Musthafa Diiib Al-Bugha, *Fikih Islam Lengkap: Penjelasan Hukum-hukum Islam Madzhab Syafi'iyah* terj. D.A Pakihwati (Solo: Media Zikir, 2009), hlm. 305.

dalam ketidakpastian orang yang melakukan pekerjaan tersebut.³⁷ Kegiatan yang dilaksanakan dalam *ju'alah* bersifat sukarela dan tidak memaksa pihak manapun, sehingga apa saja yang sudah dijanjikan bilamana belum dikerjakan maka boleh dibatalkan. Artinya apabila tidak tercapai tujuannya maka ia tidak memiliki hak atas imbalan yang sudah dijanjikan.

Berbeda dengan pengertian berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*, yang dimaksud dengan *ju'alah* ialah janji atau komitmen (*iltizām*) untuk memberikan imbalan (*reward*) tertentu sebagai bentuk atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. *Ju'alah* merupakan salah satu jenis akad yang hukumnya boleh. Adapun jumhur ulama dari madzhab Syafi'iyah, Maliki, dan Hanbali yang membolehkan akad *ju'alah*.

Dengan demikian, akad *Ju'alah* menurut Ulama Syafi'iyah dapat disimpulkan sebagai suatu janji yang sifatnya tidak mengikat untuk memberikan imbalan kepada seseorang atas jasanya, dengan syarat apabila seseorang tersebut berhasil melaksanakan pekerjaan tertentu. Sebaliknya, jika pekerjaan tersebut tidak tercapai, maka janji imbalan atau upah yang telah disebutkan di awal bisa dibatalkan.

2. Dasar Hukum *Ju'alah*

a) Q.S. Yusuf ayat 72

³⁷ Fakhrr Munandar, "Sistem Fee Agen dalam Penjualan Rumah Real Estate pada PT. Hadrah Aceh Pratama dalam Perspektif Akad *Ji'alah*", *Skripsi*, Banda Aceh: UIN ar-Raniry Darussalam 2019, hlm. 16.

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Penyeru-penyeru itu berkata, “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya, akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku jamin itu”

Ayat tersebut menceritakan bahwa Nabi Yusuf bersama saudara-saudaranya yang telah menjanjikan bahan makanan seberat beban unta sebagai upah atau hadiah bagi siapa saja yang bisa menemukan dan menyerahkan piala raja yang hilang. Dengan kata lain peristiwa tersebut sering dikenal dengan istilah sayembara, karena suatu pekerjaan untuk menemukan dan menyerahkan piala yang hilang itu bersifat terbuka (umum) dan untuk siapa saja yang mampu. Pekerjaan tersebut mungkin telah diusahakan oleh banyak orang, namun nantinya yang akan mendapatkan imbalan hanyalah orang yang berhasil menyelesaikan tugas dengan menyerahkan piala itu. Jika ada orang yang telah bekerja/ berusaha untuk mendapatkan piala yang hilang, namun tidak berhasil, maka ia tidak berhak mendapatkan imbalan.³⁸ Dalam kitab *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab*, ayat di atas menjadi landasan bagi asy-Syirazi tentang kebolehan akad *ju'alah* atas suatu pekerjaan yang belum jelas atau yang belum ditentukan.³⁹

b) Q.S. Al-Maidah ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ عَاثِمُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

³⁸ Abdur Rohman, “Analisis Penerapan Akad *Ju'alah*” hlm. 181.

³⁹ Imam an-Nawawi, *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab* tahqiq dan ta'liq Muhammad Najib Al Muthi'i Jilid 20 (Pustaka Azzam: Jakarta, 2009), hlm. 64.

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Ayat diatas menjelaskan mengenai *ju'alah*, bahwa orang mukmin harus memenuhi akad atau perjanjian kontrak yang telah disepakati dengan syarat tidak bersepakat dalam suatu perbuatan dosa.

c) Hadis riwayat Imam al-Bukhari dari Abu Sa'id

حَدَّثَنَا أَبُو النُّعْمَانِ حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ عَنْ أَبِي بَشْرٍ عَنْ أَبِي الْمُتَوَكِّلِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : انْطَلَقَ نَفَرٌ مِنْ أَصْحَابِ النَّبِيِّ ﷺ فِي سَفَرَةٍ سَافَرُوهَا ، حَتَّى نَزَلُوا عَلَى حَيٍّ مِنْ أَحْيَاءِ الْعَرَبِ ، فَاسْتَضَافُوهُمْ فَأَبَوْا أَنْ يُضَيِّقُوا لَهُمْ ، فَلَدِعَ سَيِّدُ ذَلِكَ الْحَيِّ فَسَعَوْا لَهُ بِكُلِّ شَيْءٍ ، لَا يَنْفَعُهُ شَيْءٌ . فَقَالَ بَعْضُهُمْ : لَوْ أَتَيْتُمْ هَؤُلَاءِ الرَّهْطَ الَّذِينَ نَزَلُوا لَعَلَّهُمْ أَنْ يَكُونَ عِنْدَ بَعْضِهِمْ شَيْءٌ . فَأَتَوْهُمْ فَقَالُوا : يَا أَيُّهَا الرَّهْطُ إِنَّ سَيِّدَنَا لُدِعَ ، وَسَعَيْنَا لَهُ بِكُلِّ شَيْءٍ لَا يَنْفَعُهُ ، فَهَلْ عِنْدَ أَحَدٍ مِنْكُمْ مِنْ شَيْءٍ ؟ فَقَالَ بَعْضُهُمْ : نَعَمْ وَاللَّهِ ، إِيَّيَّيَّ لَأُرْقِي وَلَكِنَّ وَاللَّهِ لَقَدِ اسْتَضَفْنَاكُمْ فَلَمْ تُضَيِّفُونَا ، فَمَا أَنْ يَرِاقَ لَكُمْ حَتَّى تَجْعَلُوا لَنَا جُعَلًا ، فَصَاحُواهُمْ عَلَى فَطِيحٍ مِنَ الْعَنَمِ . فَانْطَلَقَ يَنْتَهَلُ عَلَيْهِ وَيَقْرَأُ : (الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ) . فَكَأَنَّمَا نَشِطَ مِنْ عَقَالٍ ، فَانْطَلَقَ يَمْشِي وَمَا بِهِ قَلْبَةٌ . قَالَ : فَأَوْفَوْهُمْ جُعَلَهُمُ الَّذِي صَاحُواهُمْ عَلَيْهِ . فَقَالَ بَعْضُهُمْ : اأَسْمُوا . فَقَالَ الَّذِي رَفَى : لَا تَفْعَلُوا حَتَّى نَأْتِيَ النَّبِيَّ ﷺ فَندُكِرُ لَهُ الَّذِي كَانَ فَنَنْظُرُ مَا يَأْمُرُنَا . فَقَدِمُوا عَلَى رَسُولِ اللَّهِ ﷺ فَذَكَرُوا لَهُ ، فَقَالَ : وَمَا يُدْرِيكَ أَنَّهَا رُقِيَةٌ ؟ ثُمَّ قَالَ : قَدْ أَصَبْتُمْ ، اأَسْمُوا وَاضْرِبُوا لِي مَعَكُمْ سَهْمًا ، فَصَحَّكَ النَّبِيُّ ﷺ .⁴⁰

[الحديث ٢٢٧٦]

Telah menceritakan kepada kami Abu an-Nu'man telah menceritakan kepada kami Abu 'Awanah dari Abu Bisyr dari Abu al-Mutawakkil dari Abu Sa'id ra berkata: Terdapat beberapa rombongan orang dari sahabat Nabi SAW yang

⁴⁰ Imam Abu Abdullah Muhammad ibn Isma'il al-Bukhari, *Shahih Bukhari* (Beirut: Dar Ibnu Katsir, tt), hlm. 544.

bepergian dalam suatu perjalanan. Kemudian ketika mereka sampai di salah satu perkampungan Arab, mereka meminta agar penduduk setempat bersedia menerima mereka sebagai tamu, namun penduduk Arab menolaknya. Kemudian kepala suku kampung tersebut terkena sengatan binatang dan telah diusahakan segala sesuatu untuk menyembuhkannya. Namun belum berhasil. Kemudian diantara mereka ada yang berkata: "Coba kalian temui rombongan itu, semoga ada diantara mereka yang memiliki sesuatu. Lalu mereka mendatangi rombongan dan berkata: "Wahai rombongan, sesungguhnya kepala suku kami telah disengat binatang dan kami telah mengusahakan pengobatannya namun belum berhasil, apakah ada diantara kalian yang dapat menyembuhkannya?" Maka seorang dari rombongan itu menjawab: "Ya, demi Allah aku akan mengobati, kecuali apabila kalian memberi upah. Akhirnya mereka sepakat dengan imbalan puluhan ekor kambing. Maka dia berangkat dan membaca surat al-Fatihah dan seakan penyakit itu lepas dari ikatan tali padahal dia pergi tidak membawa obat apapun. Dia berkata: "Maka mereka membayar upah yang telah mereka sepakati kepadanya. Seorang dari mereka berkata: "Bagilah kambing-kambing itu!" Maka orang yang mengobati berkata: "Jangan kalian bagikan hingga kita temui Nabi Muhammad SAW lalu kita ceritakan kejadian tersebut kepada beliau hingga beliau perintahkan kepada kita". Akhirnya rombongan menghadap Nabi Muhammad SAW lalu mereka menceritakan peristiwa tersebut. Beliau berkata: "Kamu tahu dari mana kalau al-Fatihah itu bisa sebagai ruqyah (obat)?" Kemudian Beliau melanjutkan: "Kalian telah melakukan perbuatan yang benar, maka bagilah upah kambing-kambing tersebut dan masukkanlah aku dalam sebagai orang yang menerima upah tersebut". Maka Rasulullah SAW tertawa. Abu 'Abdullah Al Bukhari berkata, dan berkata, Syu'bah telah menceritakan kepada kami Abu Bisyr aku mendengar Abu Al-Mutawakkil seperti hadits ini.

Hadis di atas mengisahkan tentang rombongan yang berharap diterima dan diberlakukan sebagai tamu di sebuah perkampungan Arab. Kemudian penduduk Arab meminta bantuan kepada rombongan tersebut, dan rombongan tersebut akan membantu dengan syarat

imbalan atas pengobatan dengan al-Fatihah, dan mereka menceritakan kejadian itu kepada Nabi Muhammad SAW karena mereka takut kalau hadiah itu tidak benar. Kemudian Nabi Muhammad SAW tertawa dan bersabda: “Tahukah anda sekalian, bahwa itu adalah jampi-jampi (yang positif). Terima hadiah itu dan beri saya sebagian”⁴¹

Hadis dari kisah di atas merupakan acuan Ulama Syafi'iyah mengenai kebolehan pekerjaan dalam *ju'alah* terhadap sesuatu yang bermanfaat (hal kebaikan) dan usaha yang dilakukan. Adapun dalil aqli yang membolehkan akad *ju'alah* semakin kuat yaitu adanya tuntutan diadakannya akad *ju'alah* karena kebutuhan masyarakat. Misalnya, mengembalikan barang yang hilang atau pekerjaan yang membutuhkan bantuan orang lain. Maka dalam *ju'alah* boleh untuk mengeluarkan imbalan terhadap pekerjaan dan waktu yang belum pasti berhasil dilakukan. Hal tersebut tidak akan merusak akad *ju'alah* karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat. Berbeda dengan akad *ijarah* yang sifatnya mengikat dan membutuhkan kejelasan waktu untuk mengetahui jumlah manfaat nantinya. Selain itu, akad *ju'alah* merupakan sebuah keringanan (*rukhsah*) berdasarkan kesepakatan ulama, karena mengandung ketidakjelasan, dan dibolehkan karena adanya izin dari Allah SWT.⁴²

3. Rukun *Ju'alah*

⁴¹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, hlm. 268.

⁴² Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, V: 432.

Sebelum melaksanakan *ju'ālah*, ada beberapa rukun yang harus dipenuhi diantaranya:⁴³

a. *Aqidain* atau dua pihak yang melakukan akad

Yaitu *ja'il* dan *'amil*. *Ja'il* dapat dikatakan sebagai seorang yang memberi pekerjaan atau imbalan. Sedangkan *'amil* sebagai yang melaksanakan pekerjaan.

b. *Shighat*

Yaitu lafal atau ucapan izin dari para pihak yang melaksanakan akad *ju'ālah* untuk menjelaskan tugasnya masing-masing dan imbalan secara jelas. Namun, *shighat* pada akad *ju'ālah* tidak disyaratkan adanya ucapan *qabul* atau penerimaan dari *'amil*, karena *ju'ālah* merupakan komitmen dari satu pihak. Ucapan yang keluar tidak harus dari orang yang memberi pekerjaan/pemilikinya (*ja'il*). Ucapan tersebut boleh keluar dari orang lain, misalnya wakilnya atau orang lain yang akan bersedia memberi imbalan. Menurut Ulama Syafi'iyah, kalimat (lafal) yang menunjukkan izin atas pekerjaan merupakan syarat atau tuntutan dengan tukaran yang menentukan. Apabila seseorang mengerjakan perbuatan, tetapi tidak seizin orang yang menyuruhnya (pemilik barang) maka tidak ada hak baginya atas sesuatu dari barang tersebut.⁴⁴

c. Pekerjaan

⁴³ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muammalah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 315.

⁴⁴ Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin S, *Fiqh Mazhab Syafi'iyah (Edisi Lengkap) Buku 2: Muammalah, Munakahat, Jinayat* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2007), hlm. 177.

Pekerjaan atau *'amal* yaitu yang dipakai sebagai objek *ju'ālah*. *'amal* disini harus diketahui jenis pekerjaan saat terjadinya akad. Misalnya, mengembalikan barang yang hilang, mengobati orang sakit, dan lain sejenisnya.

d. Upah atau imbalan (*Ja'al*)

Yaitu imbalan atau sesuatu yang dijanjikan oleh pihak yang memberi pekerjaan (*ja'il*) kepada pihak yang akan melaksanakan pekerjaan (*'amil*).⁴⁵

4. Syarat Akad *Ju'ālah*

Pelaksanaan *ju'ālah* harus memenuhi syarat-syarat berikut agar dipandang sah menurut Islam, yaitu:⁴⁶

- a. Kedua pihak yang melaksanakan perjanjian haruslah seseorang yang sudah cakap hukum, yaitu berakal serta bisa membedakan hal yang baik dan tidak baik. Artinya orang yang akan menjanjikan imbalan haruslah cakap dalam melaksanakan tindakan hukum. Cakap disini yaitu baligh, berakal, dan cerdas. Dengan demikian, anak-anak, orang gila dan orang yang sedang dibawah pengampuan tidak sah melaksanakan *ju'ālah*. Dalam *ju'ālah*, pihak *'amil* diharapkan dapat berhasil menyelesaikan pekerjaan yang diminta dan menyerahkannya kepada *ja'il*.

Menurut az-Zuhaili, seorang yang melaksanakan perjanjian harus *Ahliyatū ta'aqud* atau wajib memiliki kecakapan dalam

⁴⁵ Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin S, *Fiqih Mazhab Syafi'iyah*, hlm. 177.

⁴⁶ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah*, hlm. 315.

bermuamalah yaitu dibolehkan melakukan akad atau berkompeten menurut hukum yang berlaku. Hal ini juga sependapat dengan Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah, bahwa seorang *ja'il* haruslah baligh, aqil/berakal dan rasyid/ tidak dalam perwalian. Dengan demikian, tidaklah sah *ju'alah* dari orang yang belum baligh (anak kecil) atau orang gila.⁴⁷

- b. Pekerjaan yang dikerjakan adalah mubah. Pekerjaan yang diperintahkan mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum Islam. Ulama Syafi'iyah menambahkan syarat pekerjaan dalam *ju'alah*, bahwa setiap pekerjaan yang bermanfaat haruslah mengandung beban (usaha), karena tidak akan ada imbalan tanpa adanya usaha.⁴⁸ Kegiatan yang memberikan manfaat nyata dan dibolehkan secara syar'i yaitu bukan dalam hal yang diharamkan syariat seperti melakukan perbuatan zina, khamr dan lain-lain. Contoh lain yang tidak diperbolehkan secara syar'i yaitu membayar dukun atau paranormal untuk mengeluarkan jin, praktek sihir atau praktek haram lainnya.⁴⁹
- c. Upah dalam *ju'alah* yang dijanjikan haruslah disebutkan secara jelas jumlahnya. Selain itu, syarat upah yang dijanjikan bukanlah sesuatu yang haram, seperti minuman keras atau barang ghasab. Jika upahnya tidak jelas, maka akad *ju'alah* nya batal.

⁴⁷ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, V: 435.

⁴⁸ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah* (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014), hlm.

⁴⁹ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, V: 436.

B. Ketentuan *Ju'alah* Menurut Ulama Syafi'iyah

1. Pelaksanaan *Ju'alah*

Menurut Ulama Syafi'iyah *ju'alah* adalah memberikan imbalan atau bayaran kepada seseorang sesuai dengan jasa yang diberikan kepada kita.

وَالْجُعَالَةُ، وَهُوَ أَنْ يَشْتَرِطَ فِي رَدِّ ضَالَّتِهِ عَوَضًا مَعْلُومًا، فَإِذَا رَدَّهَا اسْتَحَقَّ ذَلِكَ الْعَوَضَ الْمَشْرُوطَ

Ja'alah itu sesuatu yang diperbolehkan. Misalnya, seseorang mensyaratkan pemberian hadiah tertentu jika ada orang yang bisa mengembalikan untanya yang hilang. Jika seseorang berhasil mengembalikan unta tersebut, maka dia berhak mendapatkan hadiah yang disyaratkan itu.⁵⁰

Ulama Syafi'iyah membolehkan *jai'l* mengubah jumlah imbalan, baik menambah atau mengurangnya dengan syarat *'amil* belum selesai dalam melakukan pekerjaannya. Selain itu, mengenai ketidakjelasan pekerjaan dan batasan waktu penyelesaian dalam *ju'alah*, tidaklah memberi mudarat kepada pelaku tersebut. Dengan alasan, akad *ju'alah* bersifat tidak mengikat salah satu pihak.⁵¹

Telah diketahui bahwa Ulama Syafi'iyah membolehkan akad *ju'alah* terhadap sesuatu yang ringan. Kemudian imbalan (bonus) menurut ulama Syafi'iyah hanya dapat diberikan apabila pekerjaan tersebut berhasil dan selesai. Sedangkan perihal ketidakjelasan pekerjaan dan limit waktu dalam penyelesaian *ju'alah*, tidak memberi mudarat kepada kedua pihak yang melakukannya tersebut. Oleh karena akad *ju'alah* sifatnya tidak

⁵⁰ Abu Syuja' Al- Ashfahani, *Fikih Praktis Madzhab Syafi'iyah: Matan Abu Syuja'*, terj. D.A Pakihwati (Solo: Kuttub Publishing, 2016), hlm. 187.

⁵¹ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, hlm. 109.

mengikat salah satu puhak.⁵² Sebagaimana yang disebutkan an-Nawawi bahwa Ulama Syafi'iyah juga berpendapat tentang imbalan untuk suatu pekerjaan yang belum jelas saja hukumnya sah, apalagi untuk suatu pekerjaan yang sudah jelas.⁵³ Dalam kitab al-Majmu':

((قَالَ الشَّافِعِيُّ رَحِمَهُ اللَّهُ : إِذَا قَالَ : أَوَّلُ مَنْ يَحُجُّ عَنِّي فَلَهُ مِائَةٌ ، فَحَجَّ رَجُلٌ عَنْهُ ، إِنَّهُ يَسْتَحِقُّ الْمِائَةَ)) وَقَالَ الْمَرْزِيُّ : يُنْبَغِي أَنْ يَسْتَحِقَّ أُجْرَةَ الْمِثْلِ ، لِأَنَّهُ إِجَارَةٌ فَلَمْ تَصِحَّ مِنْ غَيْرِ تَعْيِينٍ ، هَذَا نَصُّ ((المَهْدَبِ)).⁵⁴

Ulama Syafi'iyah mengatakan bahwa orang pertama yang melakukan haji atas namaku, maka dia akan mendapat seratus. Maka ketika laki-laki melakukan haji atas namanya, dia layak mendapat seratus. Begitu juga al-Muzani, maka sebaiknya dia mendapatkan upah seperti itu, dikarenakan upah tersebut tidak akan sah dari tanpa penamaan.

Nampak bahwa Ulama Syafi'iyah berpendapat, seseorang diperbolehkan mengadakan akad *ju'alah* kapan saja untuk orang lain yang belum jelas. Kemudian al-Muzani mengatakan bahwa hal tersebut adalah akad *ijarah*, namun pendapat tersebut nyatanya salah, karena ini merupakan akad *ju'alah*. Sebelumnya Ulama Syafi'iyah sudah menjelaskan bahwa akad *ju'alah* hukumnya boleh tanpa ada ketentuan waktu dan siapa yang akan melaksanakan pekerjaan tersebut, maka akan mendapatkan upah seratus.

2. Penetapan Waktu *Ju'alah*

⁵² Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, hlm. 109.

⁵³ Imam an-Nawawi, *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab*, hlm. 62.

⁵⁴ Imam Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf an-Nawawi, *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* (Beirut: Dar al-Fikr, 1997), XIV: 452.

Dalam kitab *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Wahbah az-Zuhaili menyebutkan tentang kebolehan akad *ju'alah* dan imbalan dalam akad *ju'alah* :

وَالْمَعْقُولُ يُؤَيِّدُ ذَلِكَ : وَهُوَ أَنَّ الْحَاجَةَ تَدْعُو إِلَى الْجُعَالَةِ ، مِنْ رَدِّ ضَالَّةٍ ، وَآبِقٍ ، وَعَمَلٍ لَا يَقْدِرُ عَلَيْهِ صَاحِبُهُ ، فَجَازَ بَدْلُ الْجُعَلِ ، كَالْإِجَارَةِ وَالْمُضَارَبَةِ ، إِلَّا أَنَّ جَهَالََةَ الْعَمَلِ وَالْمُدَّةَ لَا تَضُرُّ بِخِلَافِ الْإِجَارَةِ ؛ لِأَنَّ الْجُعَالََةَ غَيْرُ لَا زِمَةَ ، وَالْإِجَارَةَ لَا زِمَةَ ، وَتَفْتَقِرُ إِلَى تَعْيِينِ الْمُدَّةِ.⁵⁵

Terdapat dalil aqli (rasio) yang menguatkan kebolehan akad *ju'alah* , yaitu kebutuhan masyarakat yang menuntut diadakannya akad *ju'alah*, seperti untuk mengembalikan budak yang hilang, budak yang lari dan pekerjaan yang tidak bisa dikerjakan sendiri. Maka boleh untuk mengeluarkan imbalan seperti akad *ijarah* dan *muḍārabah*, hanya saja pekerjaan dan waktu yang belum jelas dalam *ju'alah* tidak bermasalah, beda dengan *ijarah*. Hal itu karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat salah satu pihak, sedangkan *ijarah* mengikat kedua pihak dan memerlukan kepastian waktu untuk mengetahui jumlah manfaat yang akan digunakan. Selain itu, karena akad *ju'alah* adalah sebuah keringanan (*rukhsah*) berdasarkan kesepakatan ulama, karena mengandung ketidakjelasan dan dibolehkan karena ada izin dari Allah.⁵⁶

Berdasarkan ayat di atas, bahwa *ju'alah* dan *ijarah* itu berbeda, karena *ju'alah* adalah akad Ghairu Lazim yaitu akad yang tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad atau akad sepihak. Dalam hal ini *ju'alah* hanya mengikat kepada *ja'il*, apabila 'amil sudah melaksanakan pekerjaan yang diminta *ja'il*, maka *ja'il* harus memberikan imbalan kepada 'amil, namun imbalan hanya diberikan jika pekerjaan itu telah selesai. Sedangkan *ijarah* adalah akad Lazim yaitu mengikat kedua pihak

⁵⁵ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), IV: 785.

⁵⁶ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V : 434.

yang melaksanakan akad dan ada ketentuan waktunya. Sehingga ketidakjelasan pekerjaan dan masa/waktu dalam *ju'alah* tidaklah bermasalah. Karena *ju'alah* dan *ijarah* itu berbeda.

3. Objek Pekerjaan *Ju'alah*

Ulama Syafi'iyah mensyaratkan adanya *kalfah* (kesulitan/susah/berat) dalam ikhtiar yang berupa pekerjaan yang dilakukan *'amil*. Apabila tidak terdapat unsur *kalfah*, maka *'amil* tidak memiliki hak atas imbalan tersebut karena sesuatu yang tidak mengandung unsur *kalfah* tidak berhak mendapatkan imbalan (*al-iwadh*).⁵⁷

Wahbah az-Zuhaili menyebutkan bahwa Ulama Syafi'iyah memberi syarat dalam *ju'alah* yaitu adanya suatu kesulitan tertentu dalam objek pekerjaan:

وَالْمَشْهُورُ عِنْدَ الْمَالِكِيَّةِ أَنَّهُ لَا بُدَّ مِنْ تَحْقِيقِ مَنْفَعَةٍ مَقْصُودَةٍ لِلْجَاعِلِ ، فَمَنْ جَعَلَ دِينَارًا لِمَنْ يَصْعُدُ جَبَلًا مِثْلًا ، لَا لِشَيْءٍ يَأْتِي بِهِ ، لَا يَصِحُّ التَّزَامُهُ وَلَا جَعَالَتُهُ .
وَأَشْتَرَطَ الشَّافِعِيَّةُ فِي الْعَمَلِ : أَنْ يَكُونَ فِيهِ كُفْلَةٌ ، وَإِلَّا فَلَا يَسْتَحِقُّ شَيْئًا⁵⁸ .

Pendapat yang masyhur di kalangan Ulama Malikiyah mengatakan bahwa harus ada manfaat yang benar-benar dapat dirasakan oleh *ja'il*. Jadi, barangsiapa yang berjanji memberikan upah sebesar satu dinar bagi orang yang mampu menaiki gunung, bukan demi suatu manfaat tertentu baginya, maka tidak sah akad *ju'alah* itu. Sedangkan Ulama Syafi'iyah mensyaratkan adanya suatu kesulitan tertentu dalam objek pekerjaan akad *ju'alah*. Jika tidak, maka orang itu tidak berhak mendapatkan apa pun, karena sesuatu yang tidak memiliki kesulitan tertentu tidak bisa diberikan imbalan.⁵⁹

⁵⁷ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah*, hlm. 278.

⁵⁸ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*, IV: 788.

⁵⁹ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V :

Berdasarkan ayat tersebut, pendapat yang masyur tentang kejelasan objek pekerjaan dalam jualah haruslah mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum Islam. Dengan kata lain, kegiatan yang memberikan manfaat nyata dan dibolehkan secara syar'i yaitu bukan dalam hal yang diharamkan syariat seperti melakukan perbuatan zina, khamr dan lain-lain. Contoh lain yang tidak diperbolehkan secara syar'i yaitu membayar dukun atau paranormal untuk mengeluarkan jin, praktek sihir atau praktek haram lainnya. Dan Ulama Syafi'iyah menambahkan syarat dalam pekerjaan tersebut haruslah mengandung suatu kesulitan atau beban usaha, karena menurut Ulama Syafi'iyah imbalan akan diberikan kepada seseorang yang telah berusaha melaksanakan pekerjaan tersebut.

4. Pembatalan dan Berakhirnya *Ju'alah*

Wahbah az-Zuhaili dalam hal pembatalan akad *ju'alah* menyebutkan:

وَقَالَ الشَّافِعِيُّ وَالْحَنَابِلَةُ : يَجُوزُ الْفَسْخُ فِي أَيِّ وَقْتٍ شَاءَ الْجَاعِلُ وَالْمَجْعُولُ لَهُ الْمَعِينُ ،
كَسَائِرِ الْعُقُودِ الْجَائِزَةِ مِثْلَ الشَّرَكَةِ وَالْوَكَالَةِ ، قَبْلَ تَمَامِ الْعَمَلِ.⁶⁰

Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa boleh membatalkan akad *ju'alah* kapan saja sesuai dengan keinginan *ja'il* dan *'amil*. Hal ini seperti akad-akad yang bersifat tidak mengikat, seperti akad *syirkah* dan *wakalah* sebelum selesainya pekerjaan yang diminta itu.⁶¹

⁶⁰ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*, IV: 789.

⁶¹ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V : 437- 438.

Berdasarkan ayat di atas, Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa akad *ju'alah* boleh dibatalkan kapan saja. Sebab akad *ju'alah* merupakan akad sepihak yaitu tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad. Artinya akad ini hanya mengikat kepada *ja'il*, sehingga *ja'il* dalam hal ini boleh membatalkan akad *ju'alah* dengan syarat *'amil* belum melaksanakan atau memulai pekerjaan yang diminta *ja'il*.

Berakhirnya akad *ju'alah* dapat terjadi dari salah satu pihak yang berakad seperti wafat dan gila. Namun, jika *ja'il* wafat setelah pekerjaan itu dimulai, kemudian menyerahkan kepada ahli warisnya, maka *'amil* berhak mendapat imbalan karena usahanya dan akadnya berakhir. Hal ini sama halnya dengan *'amil* (pekerja) yang meninggal dunia ketika pekerjaannya sedang dilakukan, maka akadnya berakhir dan pekerja berhak untuk menerima imbalan yang sudah disepakati di awal.⁶²

C. Referral Bonus MLM Oriflame

1. Multi Level Marketing (MLM)

Istilah *Multi Level Marketing* atau biasa disingkat dengan MLM dapat dikatakan sebagai salah satu sistem pemasaran dengan menjadikan pelanggan sebagai jaringan distribusi atau pemasaran yang berjenjang banyak. *Multi* artinya banyak, *level* artinya berjenjang dan *marketing* artinya pemasaran. Secara istilah *multi level marketing* adalah konsep pemasaran dengan cara memberi kesempatan kepada pelanggan untuk memiliki peran ganda yaitu terlibat sebagai penjual sekaligus konsumen

⁶² Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 343.

kemudian akan mendapat keuntungan dari garis kemitraannya.⁶³ MLM ini merupakan suatu sistem penjualan yang dilakukan secara langsung kepada konsumen dan berantai, dimana seorang konsumen dapat menjadi distributor produknya dan dapat sekaligus mempromosikan kepada orang lain untuk bergabung dalam rangka memperluas jaringan distributornya.⁶⁴

MLM yang menggunakan sistem berjenjang mengandung dua unsur yaitu silaturahmi dan tolong-menolong antara *upline* dan *downline*. Karena tugas utama dari MLM yaitu mengajak, mengajarkan, membangun organisasi, membina, dan memotivasi distributor di bawahnya (*downline*) maka *upline* harus sering bertemu dengan mengadakan pertemuan bersama *downline*.⁶⁵

Mekanisme atau sistem kerja MLM yaitu pemasaran produknya menggunakan *member* atau anggota sebagai pembeli, konsumen, pemasar, dan distributor. Anggota yang telah bergabung dalam jaringan MLM tersebut mengajak dan menambah anggota lain untuk meningkatkan penghasilan perusahaan sehingga akan memberikan keuntungan. Kemudian keuntungan akan diberikan perusahaan dalam bentuk bonus kepada anggotanya yang aktif membangun jaringan. Selain itu memperoleh poin sangatlah penting dalam bisnis MLM, karena perusahaan MLM menjadikan poin sebagai patokan besar kecilnya bonus yang diberikan. Kemudian kepada setiap orang yang bergabung akan dapat

⁶³ Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing", diakses pada 6 November 2020.

⁶⁴ Khasanatul Munawaroh, "Pemberian Reward pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus pada *Upline* MLM Oriflame)" *Skripsi*, Tulungagung: IAIN Tulungagung 2020, hlm. 23.

⁶⁵ Safwan, "Multi Level Marketing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Jurnal JESKape*, Vol.2, No. 1, 2019, hlm. 107.

keuntungan secara langsung yaitu bisa mengonsumsi produk dengan harga *member* yang tentunya berbeda dengan harga katalog sekaligus dapat menjalankan kegiatan usaha atau bisnis secara mandiri dengan cara menjual produk dan jasanya yaitu mengajak orang lain untuk masuk dalam jaringannya.⁶⁶

Ciri khas dari MLM sendiri adalah terdapat sistem penjenjangan untuk setiap anggotanya yang bergabung sesuai dengan prestasinya, terdapat penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, terdapat kegiatan perekrutan anggota baru, serta terdapat sistem bonus untuk setiap jenjangnya. Komisi tersebut didapat dari hasil penjualan barang dan jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota dalam jaringannya.⁶⁷ Berdasarkan sistem kerja jaringan yang tercipta, jelas sangat menguntungkan untuk setiap anggotanya. Karena sering bertemu dan bersilaturahmi, maka secara tidak langsung akan tercipta tali persaudaraan. Selain itu, sistem ini juga akan melahirkan perilaku bahu-membahu. Sejalan dengan hal tersebut, Allah SWT berfirman dalam Q.S al-Maidah ayat 2:

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

...Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal berbuat kebajikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksa-Nya.

Maksud ayat diatas yang berkaitan dengan sistem MLM yaitu seseorang memiliki kewajiban untuk menyebarkan kebaikan yang telah ia

⁶⁶ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), hlm. 171.

⁶⁷ Ahmad Muzakki, "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)", *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*, Vol. 6, No. 2, 2020, hlm. 113-114.

peroleh kepada orang lain agar mereka dapat memperoleh serta menikmati kebaikan tersebut, demikian seterusnya. Hal yang terpenting adalah sistem kerja yang dilaksanakan dan produk yang disebarakan tidak bertentangan dengan al-Quran dan hadis. Sebagai contoh, produk yang disebarakan ialah produk yang dijamin halal dan memenuhi syarat yang ditentukan dalam Islam.⁶⁸

Bisnis MLM ini termasuk dalam salah satu jenis akad jual beli dengan sistem penjualan langsung yang memberdayakan distributornya untuk melakukan pemasaran produk secara langsung dan dilakukan sendiri. Dalam pandangan hukum Islam, selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsur-unsur haram, seperti riba, *gharar*, dan *maisir*, maka hukumnya adalah mubah.⁶⁹ Kemudian pada tahun 2009, DSN MUI mengeluarkan fatwa mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dengan nomor 75/DSN-MUI/VII/2009. Fatwa inilah yang menjadi bukti dibolehkannya praktik MLM. Untuk mengetahui bisnis tersebut adalah benar sebuah perusahaan MLM, maka dapat diketahui dari ciri-ciri sebagai berikut:⁷⁰

- a. Biaya pendaftaran tidak terlalu mahal, tidak mensyaratkan untuk langsung melakukan pembelian produk pada saat mendaftar.
- b. Produk atau jasa ada dan dapat dipertanggung jawabkan.

⁶⁸ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, hlm. 173.

⁶⁹ Anita Rahmawaty, "Bisnis MultiLevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2016, hlm. 82.

⁷⁰ Ahmad Muzakki, "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009", hlm. 115.

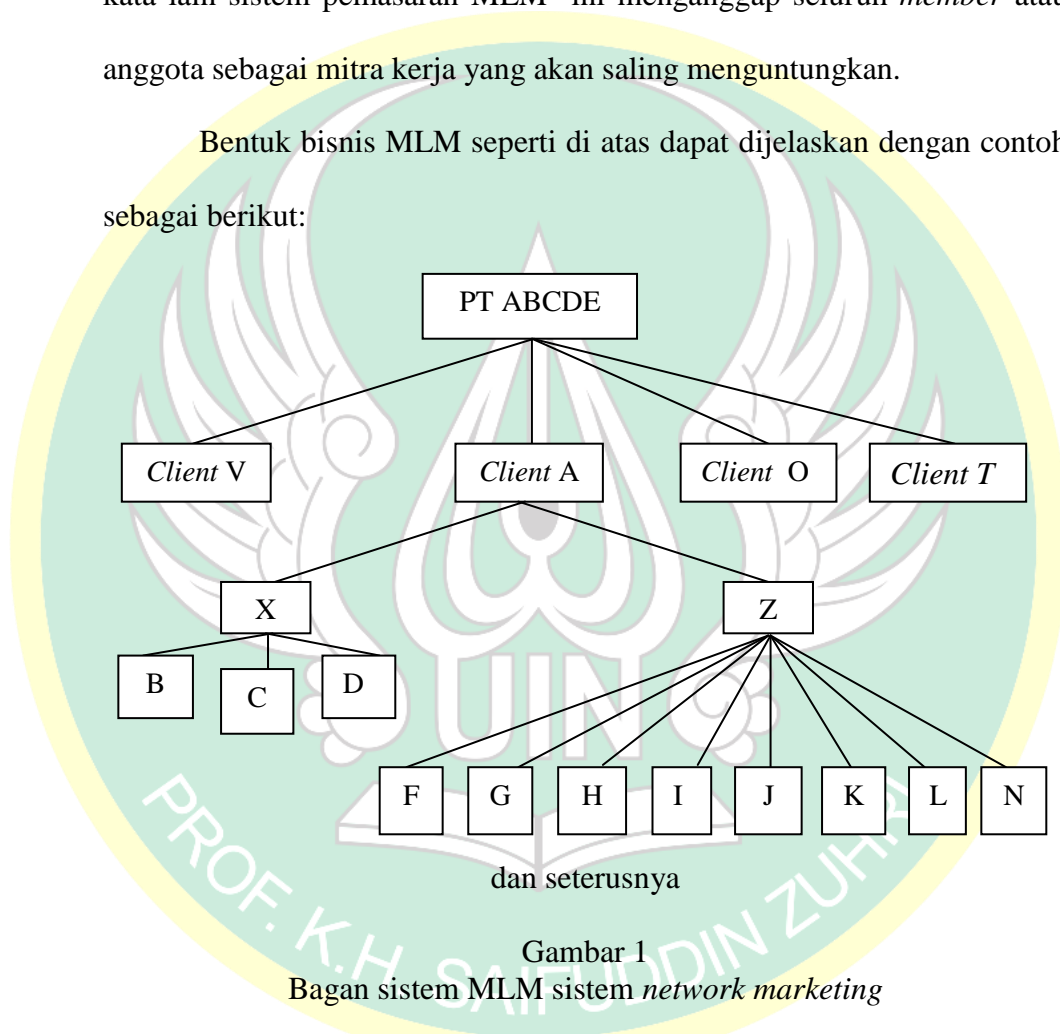
- c. Seluruh anggota, baik level atas maupun bawah mempunyai peluang yang sama.
- d. Keberhasilan ditentukan berdasarkan jaringan yang dibentuk dan penjualan produk.
- e. Anggota dapat sebagai konsumen dan pembelian terjadi secara berkelanjutan oleh anggotanya, sehingga omset terjadi secara terus-menerus walaupun tidak terjadi penambahan anggota baru.
- f. Terdaftar pada APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia). Karena MLM yang baik biasanya bergabung dengan APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Karena setiap perusahaan yang akan masuk dalam anggota APLI terlebih dahulu diteliti apakah sudah memenuhi persyaratan sebagai perusahaan yang bergerak dalam sistem penjualan langsung atau belum. Untuk perusahaan yang sudah masuk dalam APLI artinya sudah melewati masa seleksi yang ketat.⁷¹

Berbeda dengan money game yang hanya bergantung pada anggotanya untuk menarik anggota baru untuk bergabung sebagai distributor produk yang ditawarkan. Tetapi, bisnis money game sebenarnya hanya mengiming-imingi kesempatan untuk menghasilkan uang dengan mencari lebih banyak anggota agar mencapai tingkat pencapaian tertentu. Sementara, dalam hal menaungi anggotanya, bisnis money game cenderung lepas tangan. Kemudian money game tidak memiliki kejelasan dalam hal produk atau jasa. Jika diteliti, money game

⁷¹ Safwan, "Multi Level Marketing", hlm. 104.

fokus pada pencarian anggota baru.⁷² Sehingga dapat di simpulkan bahwa MLM merupakan sistem penjualan yang berjenjang atau bertingkat dengan ketentuan *member* akan mendapat keuntungan dari hasil penjualan pribadi dan dari hasil penjualan member lain yang direkrutnya (*downline*). Dengan kata lain sistem pemasaran MLM ini menganggap seluruh *member* atau anggota sebagai mitra kerja yang akan saling menguntungkan.

Bentuk bisnis MLM seperti di atas dapat dijelaskan dengan contoh sebagai berikut:



Gambar 1
Bagan sistem MLM sistem *network marketing*

Gambar di atas menjelaskan misalnya sebuah PT IBO sebagai sebuah perusahaan yang menjualkan produk/jasa dengan sistem *network*

⁷² Husen Mulachela, Muchamad Nafi (ed.), "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game", www.katadata.co.id, diakses pada 6 November 2021.

*marketing*⁷³ menjaring *Client A*, *Client V*, *Client O* dan *Client T* sebagai anggota. Kemudian *Client A* selain menjadi anggota dan distributor, *A* juga menjaring *X* dan *Z* untuk masuk sebagai anggota baru dalam kelompok *A*. kemudian *X* dan *Z* juga memperluas jaringannya, *X* menjaring *B*, *C*, dan *D*, sedangkan *Z* menjaring *F*, *G*, *H*, *I*, *J*, *K*, *L*, dan *N*. Maka secara otomatis *B*, *C*, dan *D* merupakan bagian dari kelompok *X* dan *F*, *G*, *H*, *I*, *J*, *K*, *L*, dan *N* merupakan kelompok *Z*. Mereka akan berupaya untuk menambah jaringannya atau kelompoknya dengan cara mencari anggota baru.

Dari perluasan tersebut, *Client A* akan mendapat keuntungan berupa bayaran sesuai kebijakan dari perusahaan yang mengajaknya. Semakin banyak dan luas kelompok *Client A*, maka semakin besar juga peluang yang didapatnya. Hal tersebut terjadi karena kelompok yang berada di bawah *Client A* akan memberi keuntungan kepada *Client A* yang dijumlahkan dari penjualan kelompok. Demikian juga dengan *X* dan *Z* yang berada di bawah *Client A*, dan seterusnya. Dengan demikian, semakin besar jumlah penjualan kelompok, maka semakin besar juga keuntungan yang didapat.⁷⁴

⁷³ *Network marketing* adalah sistem pemasaran jaringan atau sebuah model bisnis di mana orang membangun jaringan tim penjualan. Melalui sistem tersebut, perusahaan dapat memperoleh omzet penjualan yang lebih banyak dibanding dengan menjual produk atau jasa secara sendirian. Anonim, "Network Marketing: Model Bisnis Online Terbaik di Masa Depan", www.qnetindonesia.com, diakses 5 November 2021.

⁷⁴ Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, hlm. 171-172.

2. Pengertian *Referral* Bonus Oriflame

Referral merupakan bagian dari strategi pemasaran yaitu di mana orang mengajak orang lain untuk bergabung ke jaringan yang ditawarkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa *referral* ialah mengajak calon konsumen baru untuk bergabung ke dalam jaringannya. Adapun program yang diadakan MLM Oriflame untuk memiernya yang aktif yaitu program *referral* bonus.

Pengertian *referral* bonus dalam MLM Oriflame adalah penghasilan yang didapat ketika *member* baru yang direkrut langsung oleh kita melakukan pembelian senilai 300 ribu (harga *member*) dalam satu pemesanan. Besarnya yaitu 10 % dari harga asli barang belanjaan *member* baru tersebut.⁷⁵

3. Syarat dan Ketentuan *Referral* Bonus Oriflame

Adapun syarat-syaratnya yaitu:⁷⁶

- a) Sudah melakukan pembelian pribadi sebesar 100 BP atau poin dan belanjanya sudah dibayar lunas.
- b) Memiliki *member* baru atau *downline* yang telah bergabung dan sudah memenuhi kualifikasi WP1 (*Welcome Program* Tahap 1) atau berbelanja dengan harga *member* yang sudah terbayar lunas di bulan tersebut dengan total 300 ribu dalam satu pemesanan.

⁷⁵ Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada 4 Januari 2021.

⁷⁶ Desty Anggita Tungga Dewi, Ketua Jaringan Desty Purbalingga, Wawancara pada 12 Agustus 2021.

4. Mekanisme *Referral* Bonus Oriflame

Referral bonus akan diberikan kepada member Oriflame jika member tersebut berhasil merekrut member baru dan membina member barunya supaya melakukan pembelanjaan. Maka kita akan mendapatkan 10 % dari pembelanjannya sebagai bonus pembinaan. Program *referral* bonus berjalan selama 6 bulan. Pembagian bonus dalam MLM Oriflame dilihat dari penjualan produk dan kerja keras *member* dalam membangun jaringan di dalam grupnya.⁷⁷

Adapun rumus dalam perhitungan *referral* bonus sebagai berikut:

$$\text{Total belanja} \times 10 \% = \text{referral bonus.}$$

Contoh ilustrasi perhitungan *referral* bonus Oriflame:

- a. Yuni merekrut 2 orang, A dan B. Kemudian A melakukan pembelanjaan dalam satu minggu sebanyak dua kali dengan total belanja senilai 2.500.000 rupiah, sedangkan B melakukan pembelajaan dalam satu minggu sebanyak tiga kali dengan total belanja senilai 900.000 rupiah. Maka perhitungan *referral* bonus adalah sebagai berikut:

Referral bonus

$$= \text{Total pembelanjaan downline} \times 10 \% = \text{referral bonus.}$$

$$= \text{Rp. } 3.400.000 \times 10 \% = 340.000$$

⁷⁷ Desty Anggita , Wawancara pada 20 Januari 2021.

Jadi, Yuni akan mendapat *referral* bonus dari downline A dan B yang akan ditransfer senilai 340.000 rupiah pada hari jumat minggu berikutnya.

- b. Anan bulan maret merekrut 10 orang, dengan total belanja masing-masing minimal 300 ribu dalam satu *invoice* (pesanan). Kemudian Anan tutup poin⁷⁸ tanggal 10 maret, dan salah satu rekrutannya memenuhi QR⁷⁹ (belanja total 100 bp dalam waktu 30 hari setelah bergabung) pada tanggal 28 maret, namun pembayaran dilakukan pada tanggal 1 april. Maka di bulan maret Anan tidak memiliki peluang bonus atau tidak mendapat *referral* bonus. Karena orderan QR nya baru terbayar pada tanggal 1 april. Sehingga QR yang dibayar tanggal 1 April tersebut menjadi QR bulan April
- c. Pada bulan april, Anan merekrut 10 orang lagi, semuanya belanja masing-masing 300 ribu dalam 1 *invoice* atau pesanan di minggu pertama bulan april. Kemudian Anan tutup poin di hari senin bulan april minggu kedua. Maka Anan akan mendapat *refferral* bonus dari 10 orang rekrutan baru tersebut di hari jumat minggu ke 3 bulan april. Karena perhitungan *referral* bonus dihitung dari hari senin sampai minggu dan diberikan di hari jumat minggu berikutnya.
- d. Apabila Anan selalu tutup poin setiap bulan dan memiliki *Qualified Recruit* (QR), maka Anan akan mendapatkan *referral* bonus dari

⁷⁸ Tutup Poin adalah istilah dalam Oriflame untuk mengumpulkan poin yang sudah ditarget setiap bulannya. Bangkit Wahyudiani, Wakil Ketua Oriflame Jaringan Desty Purbalingga, Wawancara pada 4 Agustus 2021

⁷⁹ QR atau adalah *member* baru yang bergabung dalam Oriflame dan sudah memenuhi kualifikasi welcome program 1. Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada 4 Agustus 2021.

setiap pembelanjaan 300 ribu dalam 1 *invoice* (pesanan) *member* yang baru direkrutnya selama 6 bulan (dihitung dari bulan pendaftaran).

Dari ilustrasi diatas, maka rekrutan Anan yang terdaftar pada bulan februari akan memberikan *referral* bonus hingga bulan juli.

5. Periode *referral* bonus Oriflame

Periode *referral* bonus Oriflame yaitu mingguan.⁸⁰ Misalnya kita melakukan pembelanjaan dari hari senin sampai hari jumat, kemudian kita tutup poin hari sabtu, maka *referreal* bonus akan turun atau di transfer pada hari jumat minggu depannya.

Dalam periode kualifikasi atau *referral* bonus akan mendapatkan 10 % dari total pembelanjaan yang sudah terbayar. Bonus akan dibayarkan pada hari jumat di minggu berikutnya setelah pencapaian selama maksimal 6 bulan terhitung dari bulan member baru bergabung dalam periode kualifikasi.⁸¹

⁸⁰ Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada 11 September 2021.

⁸¹ Isna Nur Alfiah, Wawancara pada 14 Agustus 2021.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam rangka untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pada suatu topik penelitian.⁸² Metode penelitian dibagi mejadi dua jenis yaitu kuantitatif dan kualitatif. Adapun metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dimana penelitian ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena atau peristiwa nyata yang dialami oleh subjek penelitian dan mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan secara benar berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan kemudian deskripsinya akan dibentuk dengan kata-kata.⁸³

A. Jenis Penelitian

Penelitian atau *research* merupakan sebuah rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka memecahkan suatu permasalahan.⁸⁴ Suatu kegiatan ilmiah ini memiliki maksud tertentu yaitu untuk menemukan dan mengembangkan serta menguji kebenaran suatu masalah atau pengetahuan guna mencari solusi atas masalah tersebut.⁸⁵ Menemukan di dini artinya berusaha mendapatkan sesuatu untuk mengisi kekosongan atau kekurangan. Lain dengan mengembangkan yang artinya memperluas dan menggali lebih dalam terhadap apa yang sudah ada. Sedangkan menguji di sini artinya melakukan pengujian terhadap suatu

⁸² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* (Jakarta: PT Bumi Perkasa, 2014), hlm. 79.

⁸³ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 26.

⁸⁴ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 1.

⁸⁵ Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), hlm. 5-6.

kebenaran yang sudah ada tetapi masih diragukan kebenarannya.⁸⁶

Adapun jenis penelitian berdasarkan tempat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan atau *field research*. Pengertian penelitian lapangan di sini yaitu jenis penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan dan terlibat dengan masyarakat setempat kemudian mempelajari suatu penemuan yang terjadi, mencatat, menganalisis, melaporkan dan menarik kesimpulan dari penemuan tersebut. Metode ini biasanya digunakan untuk melihat dan memahami subjek dan objek penelitian untuk mendapatkan informasi langsung dan terbaru tentang masalah yang berkaitan dengan sistem *referral* bonus terhadap upline atau *member* pada bisnis MLM Oriflame jaringan Desty menurut Ulama Syafi'iyah.

Alasan metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena karakteristik penelitian ini melihat dari sudut pandang atau mengambil perspektif salah satu ulama. Dalam hal ini peneliti akan meneliti mengenai penerapan akad *ju'alah* pada sistem *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty yang kemudian akan dianalisis menurut pandangan Ulama Syafi'iyah. Dimana metode kualitatif sangat cocok untuk menganalisis fenomena yang datanya berupa kata-kata atau ucapan, perilaku, dokumen dan tidak dianalisis dengan rumus-rumus angka, tetapi dalam bentuk narasi.⁸⁷ Dengan demikian hasil dari penelitian mengenai fenomena tersebut dapat terkuak secara jelas sesuai harapan.

⁸⁶ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm. 3.

⁸⁷ Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 14.

B. Pendekatan Penelitian

Penulis melakukan pendekatan dalam penelitian ini dengan pendekatan sosiologis. Pendekatan sosiologis merupakan suatu metode atau pendekatan yang pembahasannya berdasarkan atau dilandaskan pada masyarakat yang ada dalam pembahasan tersebut. Dalam memahami agama, pendekatan sosiologis bersifat empiris yaitu meneliti keadaan sebenarnya yang terjadi dalam masyarakat dengan mencari fakta-fakta yang berhubungan dengan objek penelitian.⁸⁸ Penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiologis ini berusaha untuk membangun pemasaman dan penjelasan atas suatu perilaku manusia sebagai makhluk sosial.⁸⁹ Sehingga dari pengertian pendekatan sosiologis di atas, peneliti berusaha untuk meneliti bagaimana sistem *referral* bonus Oriflame, yang selanjutnya akan dicari jalan keluar dari beberapa permasalahan yang kemungkinan akan timbul.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Berikut penjelasan mengenai sumber data primer dan sekunder.

1. Data primer

Sumber data primer yaitu data yang didapat langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data secara langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁹⁰ Dalam hal ini peneliti

⁸⁸ Moh. Rifa'i, "Kajian Masyarakat Beragama Perspektif Pendekatan Sosiologis", *Jurnal al-Tanzim*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 25.

⁸⁹ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 4.

⁹⁰ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, hlm. 91.

memperoleh data dari observasi dengan menjadi *member* di Jaringan Desty Oriflame serta wawancara yang dilakukan kepada pihak Oriflame Jaringan Desty Purbalingga untuk mengetahui informasi mengenai sistem praktik *referral* bonus MLM Oriflame.

Adapun sampel yang digunakan dalam metode penelitian kualitatif ini adalah sampel kecil yang kemudian berkembang selama proses penelitian. Selanjutnya penetapan sampel (informan) dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau dipilih menurut tujuan penelitian.⁹¹ Misalnya dengan pertimbangan profesionalitas kerja atau memiliki peran besar yang dimiliki oleh si informan dalam usahanya memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.⁹² Teknik pengambilan sampel ini merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas karena informan dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau dengan kata lain tidak dipilih secara acak. Jumlah sampel dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif, bukanlah menjadi persoalan utama, karena yang terpenting adalah kekayaan informasi, maka data yang di dapat akan lebih bermanfaat. Sehingga informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pihak Oriflame Jaringan Desty dan member Oriflame Jaringan Desty.

Berdasarkan informan yang peneliti jadikan sampel dalam penelitian ini semuanya menyatakan sebagai *member* MLM pada Oriflame

⁹¹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 44.

⁹² Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik* (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hlm. 55.

jaringan Desty Purbalingga, yang pernah mendapat *referral* bonus maupun tidak dan juga konsumen produk Oriflame untuk peralatan kecantikan mereka.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain serta tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berupa data dokumentasi atau dalam bentuk laporan yang telah tersedia.⁹³ Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari buku, skripsi, jurnal, artikel, kitab-kitab fikih terkait, internet dan data yang mengandung informasi mengenai praktik penerapan akad *ju'ālah* dalam *referral* bonus Oriflame pada jaringan Desty. Selain itu data sekunder juga diperoleh dari Kitab yang menjadi rujukan Ulama Syafi'iyah terkait dengan akad *ju'ālah* yaitu antara lain:

Kitab “Fiqih Islam wa Adillatuhu” jilid 5 karya Wahbah az-Zuhailly,

Kitab “Al-Majmu’ Syarah al-Muhadzdzab” jilid 20 karya Imam Nawawi
Abi Zakariya.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.⁹⁴ Untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian, pengamatan dapat dilakukan secara

⁹³ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, hlm. 91.

⁹⁴ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 143.

langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan semua indera (penglihatan, pendengaran, penciuman, dan perasa). Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan.⁹⁵

Adapun observasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan mendaftar menjadi *member* Oriflame Jaringan Desty guna melakukan pengamatan dan berperan serta sebagai *member* Oriflame untuk mengetahui bagaimana praktik *referral* bonus di Oriflame Jaringan Desty.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab yang dilakukan antara *interviewer* (pewawancara) dan *interviewee* (yang diwawancarai) dengan tujuan tertentu, dengan pedoman, dan bisa dilakukan bertatap muka secara langsung maupun melalui alat komunikasi tertentu.⁹⁶ Dalam sebuah wawancara *open-ended* (terbuka), peneliti dapat menanyakan pendapat para informan tentang kejadian-kejadian atau fakta-fakta yang dapat memperkuat data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Teknik wawancara dimaksudkan untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti mengenai apa yang dipikirkan, diyakini dan dirasakan oleh orang-orang yang diteliti.⁹⁷

Dalam hal ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung maupun online melalui pesan menggunakan media WhatsApp

⁹⁵ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 37.

⁹⁶ Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutikaprio, 2016), hlm. 3.

⁹⁷ Yulius Slamet, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019), hlm. 95.

dan lain-lain. Kegiatan terjun langsung kepada narasumber tetap dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan. Penulis melakukan wawancara dengan beberapa *upline* dan beberapa konsultan di Jaringan Desty untuk memperoleh pemahaman dan mendapatkan data yang terpercaya demi terjawabnya rumusan masalah dalam penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data yang relevan penelitian. Studi dokumen menjadi pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁹⁸ Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data-data penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu Oriflame jaringan Desty, maupun data yang diperoleh pada saat melakukan penelitian.

E. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Dimana metode deskriptif ini merupakan suatu metode penelitian yang menjelaskan tentang kejadian empiris yang terjadi di masa sekarang serta memiliki tujuan untuk dibuat deskripsi, gambaran secara sistematis serta faktual mengenai fakta-fakta dan hubungan terkait keadaan yang sedang diselidiki. Penulis dalam hal ini akan mendeskripsikan tentang akad *ju'alah* yang akan diterapkan dalam *referral* bonus Oriflame menurut Ulama

⁹⁸ Sudaryono dkk, *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 41.

Syafi'iyah, kemudian apakah sudah sesuai atau belum dengan pandangan Ulama Syafi'iyah

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan metode induktif, yaitu dilaksanakan secara terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian dengan cara mencari pola, model, tema, dan teori.⁹⁹ Penalaran induktif ialah metode berfikir untuk menarik kesimpulan terhadap pengamatan yang bersifat individual ke dalam gejala-gejala yang bersifat umum. Penalaran ini dapat dikatakan sebagai penalaran yang berangkat dari suatu kenyataan yang sifatnya khusus kemudian diakhiri dengan pernyataan yang sifatnya kompleks dan umum. Sehingga pada akhirnya memunculkan suatu hipotesa dengan tingkat keyakinan tertentu terhadap suatu kejadian yang akan terjadi di masa yang akan datang.¹⁰⁰

Hipotesis akan diperoleh peneliti dengan melakukan verifikasi data empiris dengan berada langsung di lapangan, melakukan interaksi dengan subjek penelitian untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Tujuan akhir dilakukan analisis data secara kualitatif yaitu untuk memperoleh pemahaman dan untuk melakukan pengembangan hipotesis atau teori baru melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Analisis data itu dilakukan sejak awal peneliti berada langsung di lokasi penelitian hingga akhir penelitian dalam rangka pengumpulan data.¹⁰¹

⁹⁹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 45.

¹⁰⁰ Imron Mustofa, "Jendela Logika dalam Berfikir: Deduksi dan Induksi sebagai Dasar Penalaran Ilmiah", *El-Banat: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, Vol. 6, No. 2, 2016, hlm. 135.

¹⁰¹ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 246.

BAB IV

**ANALISIS PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM *REFERRAL* BONUS
MLM ORIFLAME JARINGAN DESTY DI PURBALINGGA MENURUT
ULAMA SYAFI'YAH**

A. Analisis Praktik *Referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.

Sebelum menjelaskan praktik *referral bonus* pada MLM Oriflame Jaringan Desty, maka terlebih dahulu dijelaskan mengenai profil dari Oriflame secara singkat untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang objek penelitian ini. Perusahaan Oriflame yang memiliki kantor pusat di Swedia merupakan perusahaan kecantikan yang dikembangkan sejak tahun 1967 dengan pendirinya yaitu Jonas, Robert af Jochnick dan Bengt Hellsten di Swedia. Seluruh produk perawatan kulit didasarkan pada ramuan dan ekstrak tumbuhan dari Swedia. Pada tahun 1982, Oriflame merupakan perusahaan asing pertama yang terdaftar di Bursa Saham London sejak Perang Dunia II. Kemudian situs web (*Oriflame.com*) secara global milik Oriflame resmi diluncurkan pada 1997 untuk pertama kalinya. Oriflame saat ini telah ada di 60 negara lebih dengan jumlah *member* yang menjual dan mempromosikan produk kecantikan dan produk kebugaran berkualitas yang dibutuhkan untuk menjaga gaya hidup sehat mencapai tiga juta orang.¹⁰²

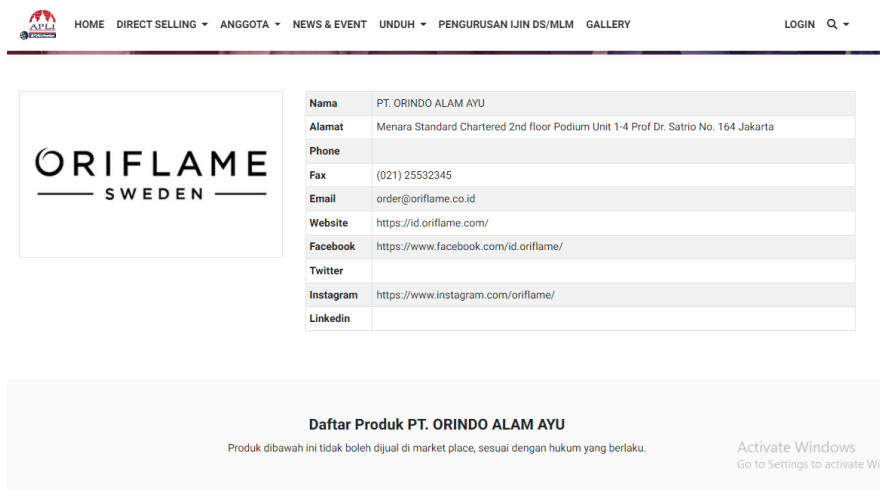
¹⁰² Oriflame Sweden, "Profil Oriflame", www.Oriflame.com, diakses pada 7 Juli 2021.

Menurut data per April 2021, perusahaan Oriflame yang telah berdiri selama kurang lebih 54 tahun ini sudah memiliki *member* di dunia dengan jumlah lebih dari 3,6 juta jiwa yang beroperasi di lebih dari 60 negara di dunia. Sedangkan di Indonesia, Oriflame sudah menjalankan bisnisnya selama 34 tahun, yaitu sejak tahun 1986. Dari jumlah 3,6 juta jiwa *member* Oriflame di dunia, 350 ribu jiwa diantaranya adalah *member* aktif di Indonesia.¹⁰³ Oriflame masuk ke Indonesia pada tahun 1986 dan merupakan sebuah perusahaan *multi level marketing* yang telah terdaftar pada Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia atau disingkat APLI dengan nama PT. Orindo Alam Ayu atau dikenal dengan nama Oriflame yang berkantor pusat di Jakarta. MLM yang baik biasanya bergabung dengan APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Karena setiap perusahaan yang ingin masuk menjadi anggota APLI terlebih dahulu diteliti apakah sudah memenuhi persyaratan sebagai perusahaan yang bergerak dalam penjualan langsung atau belum. Bagi perusahaan yang sudah terdaftar dalam anggota APLI berarti sudah melewati masa seleksi yang ketat.¹⁰⁴ Berdasarkan informasi dari website resmi milik APLI, PT Orindo Alam Ayu (Oriflame) sudah terdaftar sebagai anggota APLI, begitu juga dengan produk-produknya.¹⁰⁵


¹⁰³ Anonim, "Bisnis MLM Terbaik dan Terpercaya di Indonesia Tahun 2021", *www.Oriflameid.com*, diakses pada 6 November 2021.

¹⁰⁴ Safwan, "Multi Level Marketing", hlm. 104.

¹⁰⁵ APLI, "Daftar Anggota APLI" *www.apli.or.id*, diakses pada 4 November 2021.



APLI HOME DIRECT SELLING ANGGOTA NEWS & EVENT UNDUH PENGURUSAN IJIN DS/MLM GALLERY LOGIN



Nama	PT. ORINDO ALAM AYU
Alamat	Menara Standard Chartered 2nd floor Podium Unit 1-4 Prof Dr. Satrio No. 164 Jakarta
Phone	
Fax	(021) 25532345
Email	order@oriflame.co.id
Website	https://id.oriflame.com/
Facebook	https://www.facebook.com/id.oriflame/
Twitter	
Instagram	https://www.instagram.com/oriflame/
Linkedin	

Daftar Produk PT. ORINDO ALAM AYU

Produk dibawah ini tidak boleh dijual di market place, sesuai dengan hukum yang berlaku.

Gambar 2
Oriflame anggota APLI

Perkembangan Oriflame di Indonesia bisa dikatakan sangat pesat. Apabila dilihat dari jumlah anggota dan penjualan yang meningkat secara signifikan. Hal tersebut membuat Oriflame di Indonesia menjadi perusahaan yang diperhitungkan oleh Oriflame global dan sedang mempersiapkan untuk mencapai peringkat pertama dunia. Kini Oriflame telah memiliki 14 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.¹⁰⁶ Sebagai sebuah perusahaan MLM yang sudah bertahan lama di dunia yaitu sejak tahun 1967, Oriflame telah dianggap sebagai pemimpin pasar dalam perusahaan berjangka yang bergerak dalam bidang kecantikan, pastinya Oriflame memiliki visi yaitu untuk menjadi nomor satu di dunia sebagai perusahaan penjualan langsung yang bergerak di bidang kecantikan. Sedangkan misinya yaitu untuk mewujudkan mimpi setiap konsultan dengan

¹⁰⁶ Deby Susan Kamawo, "Bisnis Oriflame, Bisnis Konsultan Itu Sendiri: Budaya Organisasi Multi Level Marketing untuk Mewujudkan Mimpi" *Jurnal Etnosia*, Vol. 01, No. 02, Desember 2016, hlm. 39-41.

mencapai jenjang karir (*success plan*) Oriflame.¹⁰⁷ Penerapan sistem syariah yang terdapat pada Oriflame dapat dilihat dari sejumlah produk yang sudah memiliki sertifikat halal dan sudah terdaftar dalam Badan POM. Selain itu setiap *member* diberikan keadilan dalam meniti karir di Oriflame dengan tidak merugikan siapa pun, sedangkan bonus yang didapatkan dalam Oriflame adalah sesuai dengan hasil kerja keras dan usaha *member* itu sendiri. Konsep bisnis MLM di Oriflame ini mengandung unsur jual beli yang memiliki prinsip saling menguntungkan satu sama lain dan membentuk suatu hubungan silaturahmi antar sesama *member* maupun masyarakat sekitar.

Penentuan besar kecilnya penghasilan yang akan diperoleh setiap bulannya berkaitan erat dengan *success plan* di Oriflame, hal tersebut adalah momen penting dalam karir mereka di Oriflame. Di mana orang memutuskan untuk lebih maju tidak sekedar menjual produk kepada beberapa konsumen, dan mulai membangun bisnis sendiri. Peluang untuk berkembang akan muncul ketika *member* tersebut mengajak orang lain untuk menjadi Konsultan atau merekrut *member* baru. Hal ini dilakukan untuk membantu setiap *membernya* sukses dalam proses tersebut sekaligus menikmati keuntungannya.¹⁰⁸ Seperti halnya meniti karier, dalam bisnis MLM ini dimulai dari tingkat yang paling bawah sampai pada akhirnya mereka berhasil untuk naik level dan terus meningkat. Adapun 3 cara untuk meraih *success plan* di Oriflame yaitu sebagai berikut:¹⁰⁹

¹⁰⁷ Deby Susan Kamawo, "Bisnis Oriflame, Bisnis Konsultan Itu Sendiri, hlm. 41

¹⁰⁸ Anonim, "Oriflame Success Plan Leaders Edition", www.oriflame.co.id, diakses 7 September 2021.

¹⁰⁹ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 14 Agustus 2021.

1. Membeli produk-produk Oriflame

Memberikan kesempatan kepada membernya untuk menikmati produk Oriflame dengan diskon yang tertera pada katalog serta menghemat uang dengan membeli produk Oriflame dengan harga member.

2. Menunjukkan katalog kemudian berjualan

Penghasilan pertama dapat diperoleh dari merekomendasikan produk dan melayani konsumen. Dengan melakukan penjualan, maka akan mendapat 23% keuntungan langsung atas penjualan yang dilakukan kepada konsumen.

3. Mengajak orang lain untuk bergabung ke dalam satu tim atau jaringan

Reward atau prestasi yang didapat dari mengajak dan membentuk jaringan di Oriflame (mensponsori) adalah mendapatkan penghasilan yang tak terbatas. Ini adalah bentuk reward sebagai hasil dari membimbing dan menunjukkan orang lain cara untuk sukses.¹¹⁰

Selain mengandung prinsip saling menguntungkan satu sama lain dan membentuk suatu hubungan silaturahmi antar sesama *member* maupun masyarakat sekitar, konsep bisnis MLM pada Oriflame juga menerapkan sistem jujur dan adil pada *member-membernya* yaitu ketika *member* lama (*upline*) merekrut dua *downline* dan *downline* tersebut merekrut empat orang maka *downline* tersebut bisa saja mengungguli *uplinenya*. Karena Oriflame ini bukan siapa yang terlebih dahulu memulai maka dia memiliki penghasilan tinggi dan berada di level atas, tetapi siapa yang memiliki keinginan untuk

¹¹⁰ Anonim, "Oriflame Success Plan", diakses 7 September 2021.

membantu dan membina orang lebih banyak hingga mereka berhasil maka dia yang akan memiliki penghasilan tinggi dan bisa mengungguli level *uplinenya*. Selain itu Oriflame tidak akan merugikan *member* baru atau *downline* karena sistem pemberian hasilnya dilakukan sesuai yang mereka usahakan yaitu siapa saja yang melakukan pekerjaan dengan giat maka di yang akan mencapai keberhasilan dan siapa yang lebih giat untuk mengajak orang lain bergabung dalam jaringannya maka dia yang akan lebih cepat naik level di jaringan Oriflame.¹¹¹ Pada sistem pendaftaran atau perekrutan untuk *member* baru, setiap *member* Oriflame tidak diperbolehkan melakukan paksaan atau tekanan. Untuk menjadi *member* Oriflame, diwajibkan untuk membayar uang pendaftaran sebesar 49.900 rupiah. Kemudian setiap *member* yang melakukan perekrutan memiliki kewajiban untuk membina *member* barunya (*downline*).¹¹² Baik itu membina secara online atau bertemu langsung, sampaikanlah dengan baik dan santun, hindari menyampaikan sesuatu dengan berdebat, karena dengan berdebat tidak akan membawa manfaat apapun. Penting dan diperlukan memberikan penjelasan tentang jenis pekerjaan ketika merekrut tenaga kerja, untuk menghindari terjadinya kesalahan dan pertikaian dengan pihak yang bersangkutan. Dari tinjauan hukum Islam, MLM diperbolehkan selama dalam penerapannya sesuai dengan ketentuan MUI dan praktiknya tidak melanggar syariat Islam.¹¹³

¹¹¹ Dhesy, Manager 12 %, Wawancara pada 4 Agustus 2021.

¹¹² Dhesy, Wawancara pada 4 Agustus 2021.

¹¹³ Adriyani Idris dkk, "Penerapan Sistem Syariah pada Multilevel Marketing Syariah", hlm. 52.

Kemudian pada tahun 2009, Dewan Syariah Nasional mengeluarkan fatwa mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009. Fatwa inilah yang menjadi bukti dibolehkannya praktik MLM. Adapun beberapa poin dari fatwa MUI yang wajib dipenuhi untuk menentukan apakah bisnis MLM bisa dikatakan sesuai syariah atau belum, diantaranya yaitu:

- a. Produknya harus nyata dan memberikan manfaat.
- b. Pembagian komisi harus jelas di awal.
- c. Komisi berdasarkan omset penjualan bukan perekrutan.
- d. Adanya pembinaan.
- e. Tidak ada unsur penipuan.
- f. Bukan *money game*¹¹⁴.

Oriflame Jaringan Desty merupakan jaringan yang cukup berkembang di Indonesia. Pada tahun 2018 Oriflame Jaringan Desty memiliki 30 anggota atau member. Kemudian berkembang dan memiliki 100 *member* dengan level yang berbeda-beda.¹¹⁵ Promosi dan hadiah yang diberikan Oriflame kepada *membersnya* merupakan bentuk strategi untuk membuat *membersnya* bertahan dalam bisnis tersebut. Untuk melihat capaian Jaringan Desty secara rinci, maka akan disajikan tabel sebagai berikut:

¹¹⁴ *Money game* menurut Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan salah satu kegiatan yang menghasilkan uang atau menggandakan uang dalam waktu singkat, dimana keuntungan diambil dari sistem perekrutan atau penambahan anggota baru, bukan melalui penjualan produk. Husen Mulachela, Muchamad Nafi (ed.), "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game", www.katadata.co.id, diakses pada 6 November 2021.

¹¹⁵ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 6 September 2021.

No	Level	Jumlah
1.	Director	1
2.	Senior Manager/ Manager 21%	1
3.	Manager 18%	1
4.	Manager 15%	1
5.	Manager 12 %	1
6.	Konsultan 9%	8
7.	Konsultan 6%	20
8.	Konsultan 3%	67
Jumlah		100

Tabel 1
Level Top Leader Oriflame Jaringan Desty

Dapat diketahui bahwa bisnis Oriflame ini dapat dikatakan sebagai bisnis sampingan yang tidak membutuhkan waktu yang khusus, artinya dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan syarat hal tersebut dilakukan sesuai dengan konsep bisnis MLM. Dalam hal mengembangkan Jaringan Desty, mereka memiliki cara perekrutan sendiri yaitu sebagai berikut:¹¹⁶

1. *Inercicle* yaitu merekrut orang-orang yang ada disekitar kita atau orang terdekat seperti keluarga dan teman. Kemudian mencatat target nama-nama yang akan kita ajak. Misalnya, 30 nama keluarga, 30 nama teman SMP, 30 nama teman SMA, dan 30 nama teman kuliah. Nama-nama tersebut selanjutnya diprospek melalui chatting atau pesan WhatsApp.

¹¹⁶ Isna Nur Alfiyah, Senior Manager di Jaringan Desty, Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2021.

2. Iklan di sosmed. Dengan cara membuat iklan kepada jasa pembuatan iklan kemudian dibagikan di akun sosmed.

Teknik memprospek dalam rangka mengembangkan jaringan itu penting. Teknik ini dilaksanakan dengan mencari orang-orang baru untuk diberikan presentasi mengenai peluang Oriflame. Memprospek artinya mengajak beberapa orang untuk mendengarkan dan berpotensi untuk bergabung ke dalam Peluang Oriflame. Kegiatan memprospek bisa dilakukan di tempat perbelanjaan atau tempat-tempat umum lainnya.¹¹⁷ Di sini terlihat jelas bahwa harus adanya kesabaran dan kegigihan dalam melaksanakan bisnis MLM Oriflame ini, karena bisnis ini tidaklah instan tetapi melalui proses dan jangka waktu yang tidak sebentar. Pendapatan yang didapat dalam bisnis ini didasarkan atas kegigihan setiap anggotanya untuk mempromosikannya kepada orang lain, sehingga diharapkan dapat menambah *member* baru.

Adapun strategi jaringan Desty dalam membimbing downline yaitu antara lain:¹¹⁸

- a. Duplikasi adalah downline melakukan cara yang sama dilakukan oleh upline.
- b. Memberikan *mindset* bahwa Oriflame adalah sebuah bisnis yang kendalinya ada di diri kita.
- c. Upline harus menumbuhkan rasa kemandirian kepada *downline*.

¹¹⁷ Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada tanggal 11 September 2021.

¹¹⁸ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2021.

- d. Bagi *member* yang sudah mencapai level manajer, maka dilakukan pelatihan yang terkait dengan cara menjadi seorang pemimpin di dalam jaringan grup, fungsi jaringan grup, merencanakan kegiatan yang bermanfaat untuk jaringannya, tips untuk mengagendakan pertemuan grup, serta tips untuk berada di level *director*.
- e. Untuk *member* yang sudah berhasil berada di posisi *director*, maka diberikan pelatihan mengenai berbagai model pembinaan yang baik dan tepat, tips bekerja sama dalam jaringan grup, tips mengadakan pelatihan untuk *downline*, dan berusaha terus untuk berada di level yang lebih tinggi.¹¹⁹

Tujuan dari metode pelatihan, dorongan, dan pengembangan pribadi yang ada dalam penyebaran jaringan Desty ini untuk menyajikan wawasan dan untuk membekali keterampilan yang nantinya akan dibutuhkan dalam proses membangun bisnis dengan sistem pemasaran jaringan yang sukses serta kemudian akan berimbas pada pendapatan.¹²⁰ Pentingnya penambahan jumlah *member* tersebut memang dapat dipengaruhi dari kualitas dari produk yang dipasarkan dalam perusahaan Oriflame. Untuk menjadi *member* atau konsultan di Oriflame jaringan Desty harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:¹²¹

1. Sudah berumur 18 tahun atau minimal 17 tahun.
2. Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP). KTP ini merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki seorang *member* baru.

¹¹⁹ Dhesy, Manajer 12 %, Wawancara pada 12 Agustus 2021.

¹²⁰ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 12 Agustus 2021.

¹²¹ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 12 Agustus 2021.

3. Memiliki email aktif. Email ini digunakan untuk mendaftar dan verifikasi saat pendaftaran dilakukan.
4. Memiliki nomor handphone Aktif. Nomor HP ini juga merupakan salah satu syarat penting yang wajib dimiliki untuk verifikasi akun pendaftaran menjadi member baru Oriflame.
5. Memiliki nomor rekening bank aktif. Tujuannya untuk transaksi jual beli, nomor rekening bank juga digunakan untuk menerima bonus bulanan yang telah dicapai pada bulan sebelumnya.

Berdasarkan deskripsi terhadap hasil wawancara mengenai sistem *referral* bonus Oriflame Jaringan Desty, dapat diketahui bahwa pihak Oriflame dan *member* Jaringan Desty memiliki tanggung jawab masing-masing. Diketahui juga bahwa Oriflame telah menerapkan sistem *referral* bonus untuk anggotanya yang berhasil merekrut anggota baru. Sistem *referral* bonus ini merupakan cara yang dilakukan perusahaan Oriflame sebagai bentuk apresiasi terhadap *membarnya* yang berhasil merekrut anggota baru dan membinanya.¹²² Selain itu, dalam praktiknya sistem *referral* bonus ini ialah cara yang dilakukan oleh perusahaan Oriflame untuk membantu *membarnya* yang memiliki keinginan untuk naik level. Kegiatan yang ada dalam *referral* bonus ini yaitu mengumpulkan poin dari pembelian pribadi dan *downline* di periode kualifikasi tersebut. Pekerjaan tersebut merupakan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh *member* Oriflame yang telah bergabung. Pihak perusahaan Oriflame akan memberikan imbalan atau upah apabila anggotanya

¹²² Isna Nur Alfiah, Wawancara pada 14 Agustus 2021.

berhasil melakukan penjualan produk dan merekrut orang lain untuk masuk ke dalam jaringannya dengan jangka waktu 6 (enam) bulan.¹²³

Selanjutnya setelah dilakukan observasi di lapangan, pembahasan, dan analisa, bahwa setiap *member* Oriflame memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan *referral* bonus dengan memenuhi persyaratan atau kualifikasi yang ditetapkan oleh perusahaan Oriflame. Sistem *referral* bonus pada bisnis MLM Oriflame memiliki sistem periode kualifikasi yaitu *referral* bonus akan diberikan kepada *member* Oriflame yang telah berhasil merekrut *member* baru dan membina *member* barunya supaya melakukan pembelanjaan.¹²⁴ Maka *member* tersebut akan mendapatkan 10% dari pembelanjaannya sebagai bonus pembinaan dengan syarat dan ketentuan yang sudah dijelaskan dalam bab dua. Jika dilihat dalam praktik *referral* bonus di Oriflame jaringan Desty, seorang *member (upline)* akan mendapatkan bonus *referral* apabila telah mencapai target pekerjaan tersebut. Dengan demikian, apabila seorang *member (upline)* hanya memiliki satu orang *member (downline)* namun telah memenuhi syarat dan mencapai target, maka *member (upline)* tersebut berhak mendapatkan *referral* bonus.¹²⁵

B. Analisis Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral* Bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga Menurut Ulama Syafi'iyah

Berbicara mengenai masalah muamalah, Islam sangat menekankan tentang pentingnya perananan akad dalam menentukan sah atau tidaknya

¹²³ Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 12 Agustus 2021.

¹²⁴ Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada 4 Agustus 2021.

¹²⁵ Bangkit Wahyudiani, Wawancara pada 4 Agustus 2021.

suatu perjanjian bisnis.¹²⁶ Yang menentukan ada atau tidaknya unsur riba dan *gharar* (penipuan) dalam sebuah kegiatan muamalah yaitu terletak pada akadnya. Dalam Islam, hal yang berkaitan dengan bonus dapat dikategorikan dengan akad *ju'alah*. Kerjasama dalam konsep *ju'alah* bertujuan untuk memberikan keringanan kepada umat dalam melakukan pekerjaan, karena tidak semua pekerjaan bisa dilakukan sendiri dan membutuhkan bantuan dari orang lain. Sehingga dengan adanya *ju'alah*, kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan. Selain itu, rukun yang harus dipenuhi dalam akad *ju'alah* adalah pekerjaan dengan syarat pekerjaan tersebut adalah sebuah prestasi dan diketahui serta dapat dirasakan manfaatnya.¹²⁷

Konsep bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu yang menerapkan sistem keuntungan dari penjualan produk dan pengembangan jaringan dengan cara merekrut, merupakan bisnis yang halal dan tidak ada terdapat unsur penipuan, karena barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat digunakan oleh konsumen dengan aman. Dalam hal pemberian *referral* bonus kepada member Oriflame dapat dikatakan sebagai *ju'alah*. Karena pemberian *referral* bonus tersebut diberikan atas prestasi kerja yang sudah dilakukan oleh *member* Oriflame. Penulis akan menganalisis praktik *referral* bonus Oriflame dengan rukun dan syarat akad *ju'alah* menurut Ulama Syafi'iyah sebagaimana disebutkan oleh Wahbah az-Zuhaili adalah sebagai berikut:¹²⁸

1. Adanya *'aqidain* (pihak yang melakukan akad)

¹²⁶ Johar Arifin, "Substansi Akad dalam Transaksi Syariah", *Jurnal al-Amwal: Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2014, hlm. 166.

¹²⁷ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, hlm. 110.

¹²⁸ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, V: 435.

- a) Dalam praktik *referral* bonus Oriflame, terdapat pihak Oriflame sebagai *ja'il* dan *member* Oriflame Jaringan Desty Purbalingga sebagai *'amil*.
- b) Kedua pihak yang melakukan akad tentunya baligh, *aqil*/berakal dan rasyid/ tidak dalam perwalian. Telah diketahui bahwa syarat untuk menjadi *member* Oriflame Jaringan Desty telah berusia 18 tahun, artinya *'amil* disini sudah cakap hukum, begitu juga dengan *ja'il* dari PT Oriflame Jaringan Desty.

2. Adanya pekerjaan yang jelas

Dalam praktik *referral* bonus Oriflame, pekerjaan yang dilakukan yaitu melakukan pembelian dengan total 100 poin dan merekrut *member* baru. Kemudian membina dan memberi motivasi dengan memberikan *reward* dalam bentuk *bonus* bagi siapa saja yang berhasil mengerjakan suatu pekerjaan tersebut. Kegiatan tersebut bukanlah suatu perbuatan yang diharamkan syariat, melainkan dapat memberikan manfaat bagi *member* Oriflame Jaringan Desty maupun pihak perusahaan Oriflame tersebut.

3. Imbalan yang jelas

Dalam praktik *referral* bonus Oriflame imbalan diberikan sebesar 10% dari total pembelian *member* baru yang bergabung pada periode kualifikasi. Untuk kebolehan akad *ju'alah*, maka imbalan harus ditentukan dengan jelas. Karena jika imbalan tersebut tidak jelas, orang tersebut

menjadi tidak bersemangat dalam bekerja.¹²⁹ Serta imbalan tersebut yang dijanjikan bukanlah sesuatu yang haram, melainkan berupa harta (uang).

4. *Shigat* atau lafal izin dari para pihak

Dalam praktiknya, pihak Oriflame memberikan pengumuman dalam bentuk katalog Oriflame dan *leader-leader* di Oriflame kemudian *member-member* akan mengetahui adanya program *referral* bonus.

Jika dilihat dari rukun dan syarat akad *ju'ālah* menurut Ulama Syafi'iyah, akad perjanjian *referral bonus* Oriflame sudah masuk kriteria yang disebutkan di atas. Peneliti menggunakan akad *ju'ālah* karena *al-ju'ālah* adalah akad pemberian imbalan atas suatu capaian atau prestasi.¹³⁰ Tentang kebolehan *ju'ālah* disampaikan oleh Ulama Syafi'iyah dengan dalil dari surat Yusuf ayat 72 dan hadis riwayat Bukhari nomor 2276 dari Abu Sa'id tentang pemberian upah terhadap jampi-jampi (Al-Fatihah). Selain itu, Ulama Syafi'iyah mensyaratkan adanya kejelasan waktu tentang awal pekerjaan dan adanya beban usaha dalam pekerjaan. Dari pendapat Ulama Syafi'iyah maka dapat diberikan penjelasan mengenai *ju'ālah* yaitu suatu pemberian sebagai imbalan yang diberikan kepada seseorang atas pencapaian pekerjaannya, baik pekerjaan tersebut bersifat tertentu atau tidak tertentu. *Ju'ālah* di sini lebih mengedepankan kepada keberhasilan pekerjaan tersebut. Apabila orang tersebut berhasil menyelesaikan pekerjaannya, maka ia memiliki hak atas imbalan yang sudah dijanjikan di awal. Kemudian mengenai bentuk

¹²⁹ Imam an-Nawawi, *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab*, hlm. 72.

¹³⁰ Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, hlm. 46.

pekerjaan dalam *ju'alah* dibolehkan selama pekerjaan tersebut bukan suatu perbuatan yang bersifat haram.¹³¹

Sebelumnya telah diketahui bahwa Ulama Syafi'iyah membolehkan akad *ju'alah* terhadap sesuatu yang ringan. Kemudian imbalan (bonus) menurut ulama Syafi'iyah hanya dapat diberikan apabila pekerjaan tersebut berhasil dan selesai. Sedangkan perihal ketidakjelasan pekerjaan dan limit waktu dalam penyelesaian *ju'alah*, tidak memberi mudarat kepada kedua pihak yang melakukannya tersebut. Oleh karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad.¹³² Sebagaimana yang disebutkan an-Nawawi bahwa Ulama Syafi'iyah juga berpendapat tentang imbalan untuk suatu pekerjaan yang belum jelas saja hukumnya sah, apalagi untuk suatu pekerjaan yang sudah jelas.¹³³ Dalam kitab al-Majmu':

((قَالَ الشَّافِعِيُّ رَحِمَهُ اللَّهُ : إِذَا قَالَ : أَوَّلُ مَنْ يَخُجُّ عَنِّي فَلَهُ مِائَةٌ ، فَحَجَّ رَجُلٌ عَنْهُ ، إِنَّهُ يَسْتَحِقُّ الْمِائَةَ)) وَقَالَ الْمَرْزُوقِيُّ : يَنْبَغِي أَنْ يَسْتَحِقَّ أُجْرَةَ الْمِثْلِ ، لِأَنَّهُ إِجَارَةٌ فَلَمْ تَصِحَّ مِنْ غَيْرِ تَعْيِينٍ ، هَذَا نَصُّ ((المَهْدَبِ)).¹³⁴

Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa jika seseorang mengatakan, “siapa orang pertama yang melakukan haji atas namaku, maka dia akan mendapatkan seratus. Maka ketika laki-laki melakukan haji atas namanya, dia layak mendapat seratus. Akan tetapi, al-Muzani menyebutkan bahwa dia berhak mendapatkan upah yang pantas sebab hal ini sepadan dengan akad *ijarah*. Jadi *ju'alah* tidak sah jika tanpa penentuan waktu

¹³¹ Abdur Rohman, “Analisa Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Multi Level Marketing, hlm. 184.

¹³² Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, hlm. 109.

¹³³ Imam an-Nawawi, *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab*, hlm. 62.

¹³⁴ Imam Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf an-Nawawi, *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* (Beirut: Dar al-Fikr, 1997), XIV: 452.

Nampaknya Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa seseorang diperbolehkan mengadakan akad *ju'alah* kapan saja untuk orang lain yang belum jelas. Kemudian al-Muzani mengatakan bahwa hal tersebut adalah akad *ijarah*, namun pendapat tersebut nyatanya salah, karena ini merupakan akad *ju'alah*. Sebelumnya Ulama Syafi'iyah sudah menjelaskan bahwa akad *ju'alah* hukumnya boleh tanpa ada ketentuan waktu dan siapa yang akan melaksanakan pekerjaan tersebut, maka akan mendapatkan upah seratus.

Berkaitan dengan penerapan akad dalam *referral* bonus Oriflame yaitu akad *ju'alah*, jika dilihat dari rukun dan syarat *ju'alah* yang sudah terpenuhi oleh kedua pihak, maka dapat di analisis berdasarkan rukun dan syarat yang ditetapkan Ulama Syafi'iyah, yaitu adanya *'aqidaini* merupakan kedua pihak yang melaksanakan perjanjian, pihak pertama adalah yang memberikan pekerjaan (*ja'il*) yaitu PT. Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty dan pihak kedua yang menjadi *member* jaringan Desty yang memberikan jasa (*'amil*) serta secara suka rela sepakat dalam kontrak perjanjian sebagai pihak yang memiliki kewajiban memberikan pekerjaan jasa. Selanjutnya *'amil* memiliki kewajiban menerima imbalan atas hasil yang telah dicapainya sebagaimana yang sudah dijanjikan di awal antara member dengan pihak Oriflame Jaringan Desty. Kemudian imbalan (bonus) menurut Ulama Syafi'iyah hanya dapat diberikan apabila pekerjaan tersebut berhasil dan selesai. Sedangkan perihal ketidakjelasan pekerjaan dan limit waktu dalam penyelesaian *ju'alah*, tidak memberi mudarat kepada kedua pihak yang

melakukannya tersebut. Oleh karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad.¹³⁵

Dalam kitab *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Wahbah az-Zuhaili menyebutkan tentang kebolehan akad *ju'alah* dan imbalan dalam akad *ju'alah*:

وَالْمَعْمُولُ يُؤْتَى ذَلِكَ : وَهُوَ أَنَّ الْحَاجَةَ تَدْعُو إِلَى الْجُعَالَةِ ، مِنْ رَدِّ ضَالَّةٍ ، وَآبِقٍ ، وَعَمَلٍ لَا يَقْدِرُ عَلَيْهِ صَاحِبُهُ ، فَجَارَ بَدْلُ الْجُعَلِ ، كَالِإِجَارَةِ وَالْمُضَارَبَةِ ، إِلَّا أَنَّ جِهَالَ الْعَمَلِ وَالْمُدَّةَ لَا تَضُرُّ بِخِلَافِ الْإِجَارَةِ ؛ لِأَنَّ الْجُعَالََةَ غَيْرُ لَا زِمَةَ ، وَالِإِجَارَةَ لَا زِمَةَ ، وَتَفْتَقِرُ إِلَى تَعْيِينِ الْمُدَّةِ.¹³⁶

Terdapat dalil aqli (rasio) yang menguatkan kebolehan akad *ju'alah*, yaitu kebutuhan masyarakat yang menuntut diadakannya akad *ju'alah*, seperti untuk mengemballikan budak yang hilang, budak yang lari dan pekerjaan yang tidak bisa dikerjakan sendiri. Maka boleh untuk mengeluarkan imbalan seperti akad *ijarah* dan *muḍārabah*, hanya saja pekerjaan dan waktu yang belum jelas dalam *ju'alah* tidak bermasalah, beda dengan *ijarah*. Hal itu karena akad *ju'alah* sifatnya tidak mengikat salah satu pihak, sedangkan *ijarah* mengikat kedua pihak dan memerlukan kepastian waktu untuk mengetahui jumlah manfaat yang akan digunakan. Selain itu, karena akad *ju'alah* adalah sebuah keringanan (*rukhsah*) berdasarkan kesepakatan ulama, karena mengandung ketidakjelasan dan dibolehkan karena ada izin dari Allah.¹³⁷

Berdasarkan ayat di atas, bahwa *ju'alah* dan *ijarah* itu berbeda, karena *ju'alah* adalah akad Ghairu Lazim yaitu akad yang tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad atau akad sepihak. Dalam hal ini *ju'alah* hanya mengikat kepada *ja'il*, apabila 'amil sudah melaksanakan pekerjaan yang diminta *ja'il*, maka *ja'il* harus memberikan imbalan kepada 'amil,

¹³⁵ Fithriana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, hlm. 109.

¹³⁶ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu* (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), IV: 785.

¹³⁷ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V : 434.

namun imbalan hanya diberikan jika pekerjaan itu telah selesai. Sedangkan *ijārah* adalah akad Lazim yaitu mengikat kedua pihak yang melaksanakan akad dan ada ketentuan waktunya. Sehingga ketidakjelasan pekerjaan dan masa/ waktu dalam *ju'ālah* tidaklah bermasalah. Karena *ju'ālah* dan *ijārah* itu berbeda.

Artinya boleh saja akad *ju'ālah* diterapkan dan sah apabila dalam penerapan akad *ju'ālah* di *referral* bonus Oriflame terdapat batasan waktu dalam penyelesaian pekerjaannya. Jadi, semua kembali lagi kepada akad *sighat* yang tidak ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak.¹³⁸ Karena yang dipentingkan dalam akad *ju'ālah* ialah pencapaian atas pekerjaan dan bukan pada batasan waktu.¹³⁹

Kemudian Wahbah az-Zuhaili dalam hal pembatalan akad *ju'ālah* menyebutkan:

وَقَالَ الشَّافِعِيُّ وَالْحَنَابِلَةُ : يَجُوزُ الْفَسْخُ فِي أَيِّ وَقْتٍ شَاءَ الْجَاعِلُ وَالْمَجْعُولُ لَهُ الْمَعِينُ ،
كَسَائِرِ الْعُقُودِ الْجَائِزَةِ مِثْلَ الشَّرِكَةِ وَالْوَكَالَةِ ، قَبْلَ تَمَامِ الْعَمَلِ.¹⁴⁰

Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa boleh membatalkan akad *ju'ālah* kapan saja sesuai dengan keinginan *ja'il* dan *'amil*. Hal ini seperti akad-akad yang bersifat tidak mengikat salah satu pihak, seperti akad *syirkah* dan *wakālah* sebelum selesainya pekerjaan yang diminta itu.¹⁴¹

Berdasarkan ayat di atas, Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa akad *ju'ālah* boleh dibatalkan kapan saja. Sebab akad *ju'ālah* merupakan akad

¹³⁸ Ibnu Mas'ud dan Zainal Abidin S, *Fiqh Mazhab Syafi'iyah*, hlm. 177.

¹³⁹ Melva Vicensia Gulo, "Wadiah vs Ju'alah pada Sertifikat Bank Indonesia Syariah", *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, Vol. 2, No. 1, 2013, hlm. 6.

¹⁴⁰ Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*, IV: 789.

¹⁴¹ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V : 437- 438.

sepihak yaitu tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad. Artinya akad ini hanya mengikat kepada *ja'il*, sehingga *ja'il* dalam hal ini boleh membatalkan akad *ju'alah* dengan syarat 'amil belum melaksanakan atau memulai pekerjaan yang diminta *ja'il*.

Wahbah az-Zuhaili menyebutkan bahwa Ulama Syafi'iyah memberi syarat dalam *ju'alah* yaitu adanya suatu kesulitan tertentu dalam objek pekerjaan:

وَالْمَشْهُورُ عِنْدَ الْمَالِكِيَّةِ أَنَّهُ لَا بُدَّ مِنْ تَحْقِيقِ مَنْفَعَةٍ مَقْصُودَةٍ لِلْجَاعِلِ ، فَمَنْ جَعَلَ دِينَارًا لِمَنْ يَصْعُدُ جَبَلًا مِثْلًا ، لَا لِشَيْءٍ يَأْتِي بِهِ ، لَا يَصِحُّ التَّرَامُهُ وَلَا جِعَالَتُهُ . وَاشْتَرَطَ الشَّافِعِيَّةُ فِي الْعَمَلِ : أَنْ يَكُونَ فِيهِ كُفْلَةٌ ، وَإِلَّا فَلَا يَسْتَحِقُّ شَيْئًا¹⁴² .

Pendapat yang masyhur di kalangan Ulama Malikiyah mengatakan bahwa harus ada manfaat yang benar-benar dapat dirasakan oleh *ja'il*. Jadi, barangsiapa yang berjanji memberikan upah sebesar satu dinar bagi orang yang mampu menaiki gunung, bukan demi suatu manfaat tertentu baginya, maka tidak sah akad *ju'alah* itu. Sedangkan Ulama Syafi'iyah mensyaratkan adanya suatu kesulitan tertentu dalam objek pekerjaan akad *ju'alah*. Jika tidak, maka orang itu tidak berhak mendapatkan apa pun, karena sesuatu yang tidak memiliki kesulitan tertentu tidak bisa diberikan imbalan.¹⁴³

Berdasarkan ayat tersebut, pendapat yang masyur tentang kejelasan objek pekerjaan dalam jualah haruslah mengandung manfaat yang jelas dan boleh dimanfaatkan menurut hukum Islam. Dengan kata lain, kegiatan yang memberikan manfaat nyata dan dibolehkan secara syar'i yaitu bukan dalam hal yang diharamkan syariat seperti melakukan perbuatan zina, khamr dan lain-lain. Contoh lain yang tidak diperbolehkan secara syar'i yaitu membayar dukun atau paranormal untuk mengeluarkan jin, praktek sihir atau praktek

¹⁴² Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*, IV: 788.

¹⁴³ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk, V :

haram lainnya. Dan Ulama Syafi'iyah menambahkan syarat dalam pekerjaan tersebut haruslah mengandung suatu kesulitan atau beban usaha, karena menurut Ulama Syafi'iyah imbalan akan diberikan kepada seseorang yang telah berusaha melaksanakan pekerjaan tersebut.

Kesulitan dalam praktik *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty Purbalingga terlihat pada *member* Jaringan Desty sebagai *'amil* mengajak orang lain untuk bergabung dalam jaringannya dan membinanya. Maka dapat disimpulkan, bahwa akad *ju'ālah* pada *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty boleh diterapkan karena sudah memenuhi rukun serta syarat yang disebutkan oleh Ulama Syafi'iyah. Mengenai awal waktu perjanjian, jumhur ulama tidak memberikan syarat batas minimal atau maksimal dalam pelaksanaan pekerjaan, karena tidak ada dalil yang mensyaratkan untuk membatasinya. Namun ulama Syafi'iyah mensyaratkannya, sebab apabila tidak diberikan kejelasan batasan, hal tersebut akan menyebabkan ketidakjelasan mengenai awal waktu yang harus dipenuhi.¹⁴⁴

¹⁴⁴ Abu Azam Al Hadi, *Fikih Muamalah Kontemporer*, hlm. 203.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Konsep bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu Jaringan Desty di Purbalingga merupakan bisnis yang halal dan jelas serta tidak terdapat unsur penipuan. Islam memberikan pemahaman yang berkaitan dengan bonus dapat dikatakan dengan akad *ju'ālah*. Oleh karena kerjasama dalam konsep *ju'ālah* bertujuan untuk membantu meringankan dalam melakukan pekerjaan. Akad perjanjian *referral* bonus Oriflame termasuk ke dalam akad *ju'ālah*, karena pemberian *referral* bonus tersebut atas dasar prestasi kerja yang dilakukan oleh *member* Oriflame di jaringan Desty. Peneliti menggunakan akad *ju'ālah* karena *al-ju'ālah* adalah akad pemberian imbalan atas suatu capaian atau prestasi.

Dari berbagai definisi, dapat diberikan kesimpulan bahwa akad *ju'ālah* menurut Ulama Syafi'iyah adalah akad perjanjian dalam memberikan imbalan atas pencapaian suatu pekerjaan atau jasa tertentu ataupun tidak tertentu dengan syarat imbalan diberikan apabila pekerjaannya telah selesai dan memenuhi rukun dan syarat. Ulama Syafi'iyah membolehkan akad *ju'ālah* terhadap sesuatu yang ringan. Jika dilihat dari rukun dan syarat *ju'ālah* menurut Ulama Syafi'iyah yang sudah terpenuhi oleh kedua pihak, maka akad *ju'ālah* pada *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty bisa diterapkan karena sudah memenuhi rukun serta syarat yang disebutkan oleh ulama Syafi'iyah. Berkaitan dengan ketidakjelasan pekerjaan serta batasan

waktu menyelesaikan pekerjaan dalam *ju'ālah*, tidaklah memberi mudarat kepada pelaku *ju'ālah* tersebut. Dengan alasan, akad *ju'ālah* bersifat tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad atau disebut dengan akad sepihak. Artinya boleh saja diterapkan dan sah apabila dalam penerapan akad *ju'ālah* di *referral* bonus Oriflame terdapat batasan waktu dalam penyelesaian pekerjaannya. Jadi, pada intinya semua kembali lagi kepada akad *sighat* yang tidak ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak. Karena yang dipentingkan dalam akad *ju'ālah* ialah keberhasilan pekerjaan, bukan pada batasan waktu atau cara mengerjakannya.

B. Saran

1. Untuk umat Islam diharapkan bisa lebih produktif dan kreatif dalam berkarya dan beramal. Selain itu masyarakat diharapkan bisa lebih selektif yaitu harus lebih waspada dan tidak mudah tertarik dalam memilih bisnis online yang bersistem MLM, supaya tidak terjerumus dalam penipuan. Karena belakangan ini banyak bisnis online yang mengatasnamakan MLM tetapi tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku serta tidak menutup kemungkinan adanya unsur penipuan atau *money game*.
2. Perlunya melihat dari berbagai sudut pandang masyarakat yang beraneka ragam untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memaknai pemahaman aspek hukum seputar agama yang hanya biasanya memiliki fokus terhadap sesuatu yang bersifat normatif-dogmatif.

3. Bagi pelaku bisnis online maupun bukan disarankan untuk melakukan bisnis sesuai dengan aturan hukum Islam yaitu jelas (halal) barangnya, adanya usaha dan kerja keras, serta tidak ada unsur penipuan.
4. Bagi akademis, diharapkan dapat menjadi metode baru dalam modal pembelajaran bagi mahasiswa untuk mempelajari dan memahami tentang kajian fikih muamalah kontemporer berdasarkan konsep, dasar, struktur, aplikasi, dan problemnya dari bab ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, Danu Eko. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Ahmadi, Rulam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Al- Ashfahani, Abu Syuja'. *Fikih Praktis Madzhab Syafi'iyah: Matan Abu Syuja'*, terj. D.A Pakih sati. Solo: Kuttab Publishing, 2016.
- Al Hadi, Abu Azam. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Alfin, Aidil. "Syari'atisasi Sistem Multi-Level Marketing: Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri". *Jurnal al-Hurriyah*. Vol. 11, no. 2, 2010.
- Anonim. "Network Marketing: Model Bisnis Online Terbaik di Masa Depan". www.qnetindonesia.com.
- APLI. "Daftar Anggota APLI". www.apli.or.id.
- Apridar dan Rita Meutia. *Model Ekonomi Syariah: Fondasi Sistem Ekonomi*. Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2020.
- Arifin, Johar. "Substansi Akad dalam Transaksi Syariah". *Jurnal al-Amwal: Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 6, no. 1, 2014. 165-183.
- Azam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Al-Bugha, Musthafa Diib. *Fikih Islam Lengkap: Penjelasan Hukum-hukum Islam Madzhab Syafi'iyah*, terj. D.A Pakih sati. Solo: Media Zikir, 2009.
- Djazuli, A. *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan masalah-masalah yang Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutikaprio, 2016.
- Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007.
- Gazali. “Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah”. *IQRA: Jurnal Kependidikan dan Keislaman*. Vol. 2, no. 1, 2018, 39.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Gulo, Melva Vicensia. “Wadiah vs Ju’alah pada Sertifikat Bank Indonesia Syariah”. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*. Vol. 2, no. 1, 2013.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Perkasa, 2014.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Haryono. “Konsep *al- Ju’alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari”. *Jurnal Al-Mashlahah Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. Vol. 5, no. 09, 2017, 643.
- Hasan, M Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasanah, Sovia. “Konsep Akad Menurut Hukum Islam dan Perjanjian Menurut KUH Perdata”. www.hukumonline.com.
- Idris, Adriyani dkk. ”Penerapan Sistem Syariah pada Multilevel Marketing Syariah (Studi Kasus di Stokist K-Link Lalolara Kendari”. *Jurnal Fawaid*. Vol. 1, no. 1, 2019, 52.
- Kamawo, Deby Susan. “Bisnis Oriflame, Bisnis Konsultan Itu Sendiri: Budaya Organisasi Multi Level Marketing untuk Mewujudkan Mimpi”. *Jurnal Etnosia*. Vol. 01, no. 02, 2016
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Karno, Rendi. “Analisis Hukum Islam Tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera: Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung”. *Skripsi*. Lampung: UIN Reden Intan Lampung, 2019.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.

- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muammalah*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Mas'ud, Ibnu dan Zainal Abidin S. *Fiqh Mazhab Syafi'iyah (Edisi Lengkap) Buku 2: Muamalah, Munakahat, Jinayat*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2007.
- Mubarok, Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Ijarah dan Ju'alah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Mulachela, Husen, Muchamad Nafi (ed.). "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game". www.katadata.co.id.
- Munandar, Fakhur. "Sistem Fee Agen dalam Penjualan Rumah Real Estate pada PT. Hadrah Aceh Pratama dalam Perspektif Akad *Ji'alah*". *Skripsi*. Banda Aceh: UIN ar-Raniry Darussalam, 2019.
- Munawaroh, Khasanatul. "Pemberian Reward pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus pada Upline MLM Oriflame)". *Skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020.
- Mustofa, Imron. "Jendela Logika dalam Berfikir: Deduksi dan Induksi sebagai Dasar Penalaran Ilmiah". *El-Banat: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*. Vol. 6, no. 2, 2016, 135.
- Muzakki, Ahmad. "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)". *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*. Vol. 6, no. 2, 2020. 111-121. www.ejournal.unzah.ac.id.
- An-Nawawi, Imam. *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab tahqiq dan ta'liq Muhammad Najib Al Muthi'i Jilid 20*. Pustaka Azzam: Jakarta, 2009.
- an-Nawawi, Imam Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf. *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab*. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.
- Nugraha, Jevi. "Mengenal Fungsi Database dan Jenis-jenisnya, Perlu Diketahui". www.merdeka.com.
- Nurdin, Ridwan. *Fiqh Muamalah: Sejarah, Hukum, dan Perkembangannya*. Banda Aceh: PeNA, 2014.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Pudjihardjo, M dan Nur Faizin Muhith. *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*. Malang: UB Press, 2019.

- Rahmah, Lailatur dkk. "Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009: Studi Kasus pada Member MLM 4Jovem di Situbondo". *Jurnal Istidlal*. Vol. 1, no. 2, 2017, 106.
- Rahmawaty, Anita. "Bisnis MultiLevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 2, no. 1, 2016, 82.
- Riadi, Muchlisin. "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)". *www.kajianpustaka.com*.
- Rifa'i, Moh. "Kajian Masyarakat Beragama Perspektif Pendekatan Sosiologis". *Jurnal al-Tanzim*. Vol. 2, no. 1, 2018, 25.
- Rohman, Abdur. "Analisa Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi atas Marketing Plan *www.Jamaher.Network*". *Jurnal al-Adalah*. Vol. XIII, no. 2, 2016, 180.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Safwan. "Multi Level Marketing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". *Jurnal JESKape*. Vol.2, no. 1, 2019, 107.
- Shofarastuti, Latifah. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap". *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.
- Slamet, Yulius. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
- Statista. "Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet: Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019". *www.databoks.katadata.co.id*.
- Sudaryono dkk. *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sweden, Oriflame. "Profil Oriflame". *www.oriflame.com*.
- Syarqawie, Fithriana. *Fikih Muamalah*. Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014.
- Syeirazi, M Kholid. "Bermazhab Syafi'i atau Syafi'iyah?". *www.nuonline.org*.

Tamjis, Mohamad fairuz dan Buerah Tunggak. “ Konsep Akad *Ju’alah* dalam Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) Patuh Syariah”. *Umran International Journal of Islamic and Civilization Studies*. Vol. 2, no. 1, 2015.

Yolanda, “Kontribusi Multi Level Marketing Terhadap Peningkatan Perekonomian Anggota menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru”. *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

Yuliana, Kiki. “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI”. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*. Beirut: Dar al-Fikr, 1989. IV.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu: Hukum Transaksi Keuangan, Transaksi Jual-Beli, Asuransi, Khiyar, Macam-Macam Akad Jual Beli Akad Ijarah (Penyewaan)*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk. Jilid 5. Jakarta: Gema Insani, 2011.

