

KONSEP MULTI LEVEL MARKETING
DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM



SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT GUNA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA DALAM HUKUM ISLAM

OLEH :

SAMSUL MUARIF
N I M: 9638 2698

DI BAWAH BIMBINGAN :
Drs.OMAN FATHUROHMAN SW,M.Ag
Drs.RATNO LUKITO,M.A

MUAMALAT
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2001/1422

ABSTRAK

Keunikan utama sistem MLM terletak pada eksklusivitas cara pendistribusiannya, dimana hasil produknya tidak dapat dibeli di pasar swalayan atau department store, dan lain-lain, tetapi hanya dapat diperoleh melalui para distributor langsung tersebut dan harga tiap wilayah selalu sama. Pada prinsipnya proses manajemen pemasaran yang dilakukan MLM yang beroperasi di Indonesia adalah sama dengan proses pemasaran konvensional. Perbedaannya hanyalah terletak pada cara pendistribusikan barang hingga ketangan konsumen. Walau demikian tentu perbedaan tersebut pada beberapa hal akan mempengaruhi penyusunan strategi pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka (library research), dan bersifat diskriptif analisis, dengan menggunakan pendekatan normative. Adapun metode yang digunakan dalam menganalisa data-data yang terkumpul adalah metode deduktif.

Multi Level marketing adalah salah satu cara untuk memasarkan atau mendistribusikan produknya kepada pelanggan eceran dengan memperdayakan distributor independennya untuk melaksanakan tugas pemasaran, tanpa campur tangan langsung dari perusahaan. Sistem pembentukan jaringan secara berlevel tidak mempengaruhi segmen pasar psikografis bagi anggota lain, dan bagi anggota jaringan baru mempunyai kesempatan sama dengan anggota lama untuk meraih level yang lebih atas tanpa diskriminasi. Sistem pemberian bonus yang terdapat dalam MLM dapat dilihat dengan jelas dan tidak mengandung keraguan. Jadi system pemberian bonus dalam MLM terbebas dari unsur garar.

Key word: **Multi Level Marketing (MLM), Hukum Islam**

Drs. Oman Fathurohman SW, M.Ag.
Dosen Fakultas Syari'ah
IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal. : Skripsi Sdr. Syamsul Ma'arif

Lamp : 1 Bandel Skripsi

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalâmu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah meneliti, mengoreksi dan mengadakan pembetulan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Syamsul Ma'arif

NIM. : 9638 3698

Fak./ Jur. : Syari'ah/ Muamalat

Judul Skripsi : ***Konsep Multi Level Marketing Dalam Tinjauan Hukum Islam***

Islam

Maka kami selaku pembimbing menganggap bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat untuk segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalâmu 'alaikum Wr. Wb.

28 Mei 2001

Yogyakarta,

6 Maulid 1422 H

Pembimbing I

Drs. Oman Fathurohman SW, M.Ag

NIP. 150 222 295

Drs. H.Ratno Lukito,M.A.
Dosen Fakultas Syari'ah
IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal. : Skripsi Sdr. Syamsul Ma'arif

Lamp : 1 Bandel Skripsi

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Syari'ah

IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalâmu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah meneliti, mengoreksi dan mengadakan pembetulan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Syamsul Ma'arif

NIM. : 9638 3698

Fak./ Jur. : Syari'ah/ Muamalat

Judul Skripsi : *Konsep Multi Level Marketing Dalam Tinjauan Hukum Islam*

Maka kami selaku pembimbing menganggap bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat untuk segera dimunaqasyahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalâmu 'alaikum Wr. Wb.

28 Mei 2001

Yogyakarta,

6 Maulid 1422 H
Pembimbing II

Drs.H.Ratno Lukito,M.A.
NIP. 150 262 169

PENGESAHAN
Skripsi Berjudul
KONSEP MULTI LEVEL MARKETING DALAM
TINJAUAN HUKUM ISLAM

Yang Disusun Oleh:

SAMSUL MUARIF
9638 2698

Telah dimunaqosahkan di depan sidang munaqosah pada tanggal 29
Robiul Awal 1422 H/ 21 Juni 2001 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai
salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Hukum Islam.

6 Robiussani 1422 H
Yogyakarta, _____
27 Juli 2001 M



PANITIA UJIAN

Ketua Sidang

Drs. H. BARMAWI MUKRI, SH, MA.
NIP: 150 088 750

Sekretaris Sidang

Drs. MOH. SODIK, S.Sos, M.Si
NIP: 150 275 040

Pembimbing I

Drs. OMAR PATHUROHMAN SW, M.Ag
NIP : 150 222 295

Pembimbing II

Drs. H. RATNO LUKITO, M.A.
NIP : 150262 169

Penguji I

Drs. OMAR PATHUROHMAN SW, M.Ag
NIP : 150 222 295

Penguji II

Drs. H. FUAD ZEIN, M.A.
NIP : 150 228 207

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/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	ha'	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	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	qad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ż	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	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
يـ	ya'	y	ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة عده	ditulis	<i>Muta'addidah</i>
	ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' marbutah*

1. Bila dimatikan ditulis *h*

حکمة جزية	ditulis	<i>Hikmah</i>
	ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأُولياء	ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
-----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>zakātul fitr</i>
-------------------	---------	---------------------

D. Vokal Pendek

— — —	fathah kasrah dammah	ditulis	a i u
-------------	----------------------------	---------	-------------

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلة	ditulis	â <i>jâhiliyyah</i>
2	fathah + ya' mati تسی	ditulis	ä <i>tansä</i>
3	kasrah + ya' mati کرم	ditulis	î <i>karîm</i>
4	dmah + wawu mati فروض	ditulis	û <i>furûd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بِنَكُمْ	ditulis	ai <i>bainakum</i>
2	fathah + wawu mati قُول	ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

الآن	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَكْ شَكْرَمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (*el*)nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menulis penulisannya.

ذوي الفروض	ditulis	<i>zawīy al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين وأشهد أن لا إله إلا الله
وحده لا شريك له وأشهد أن محمداً عبده ورسوله اللهم صل وسلم عليه وعلى آله
وصحبه أجمعين. أما بعد.

Tiada kalimat yang pantas dipanjangkan ke hadirat Ilahi Rabbi kecuali ucapan rasa syukur, karena berkat rahmat dan ‘*inayah*-Nya penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Konsep Multi Level Marketing Dalam Tinjauan Hukum Islam.**

Teriring salawat serta salam semoga terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah mengajarkan makna hakiki tentang kehidupan.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak bantuan dan dukungan yang diperoleh dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materiil, oleh karena itu pada kesempatan ini ucapan terima kasih serta penghormatan yang tulus penyusun sampaikan kepada:

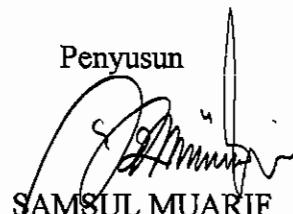
1. Bapak Drs. H. Syamsul Anwar, M.A selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, segenap dosen, staf dan seluruh civitas akademika.
2. Bapak Drs. Oman Fathurohman SW, M.Ag, selaku pembimbing I – beribu terima kasih atas saran-saran, bimbingan, toleransi dan kemudahan-kemudahan yang diberikan

3. Bapak Drs. Ratno Lukito,M.A., Selaku pembimbing.II – terima kasih atas bimbingan dan ketelitiannya

Namun Demikian, setiap langkah dan pola pikir manusia tidak pernah lepas dari khilaf dan salah termasuk tindakan dan pola pikir penyusun yang tertuang dalam skripsi ini. Untuk itu permaklumkan kritik serta saran yang konstruktif dari semua pembaca sangat penyusun harapkan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penyusun dan pembaca pada umumnya.

28 Maret 2001
Yogyakarta, _____
3 Muarram 1422 H

Penyusun

SAMSUL MUARIE

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
NOTA DINAS	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
PEDOMAN TRANSLITERASI	IV
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI :	X
Bab I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	8
C. Tujuan Kegunaan	8
D. Telaah Pustaka	9
E. Kerangka Teoritik	12
F. Metode Penelitian	19
G. Sistematika Pembahasan	20
Bab II : TINJAUAN UMUM TENTANG KONSEP KEADILAN DAN GARAR DALAM JUAL BELI	23
A. Pengertian Dan Konsep Adil	23
1. Pengertian Adil Dalam Islam	23
2. Adil Dalam Praktek Jual Beli	30
B. Pengertian dan Konsep Garar	36
Bab III: TINJAUAN UMUM MULTI LEVEL MARKETING	44
A. Marketing	44
1. Pengertian	44
2. Konsep Pemasaran	47
B. Mengenal Bisnis Multi Level Marketing	51
1. Asal Mula Bisnis MLM	51
2. Bedanya Dengan Penjualan Konvensional	54

C. Cara Kerja MLM	56
1. Strategi Pemasaran Pada MLM	56
2. Sistem Rencana Pemasaran MLM	62
3. Praktek Kerja	64
4. Bauran Pemasaran MLM	68
5. Bonus	74
 Bab IV: ANALISA MULTI LEVEL MARKETING DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM	
A. Perbandingan Jual Beli Dengan MLM	82
B. Sistem Berlevel Menurut Asas Keadilan	87
C. Pemberian Bonus Dalam Asas Garar	102
 Bab IV : PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
 DAFTAR PUSTAKA	108
 LAMPIRAN-LAMPIRAN:	
1. Terjemahan	I
2. Bografi Ulama'	IV
3. Curriculum Vitae	VI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemikiran tentang pemasaran dimulai dengan kenyataan bahwa manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan. Hal ini senada dengan yang dikatakan Aristoteles bahwa manusia adalah makhluk *zoon politicon*¹⁾. Artinya manusia sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan orang lain dengan tujuan untuk selalu berinteraksi guna memenuhi segala kebutuhannya. Kebutuhan dan keinginan manusia itulah yang menjadi sasaran kgiatan pemasaran. Lebih jelasnya, kegiatan pemasaran ditujukan untuk menciptakan transaksi jual beli. Konsumen akan mempunyai kemampuan untuk membeli jika mereka merasakan adanya kebutuhan yang belum terpuaskan atau terpenuhi.

Dalam masa-masa selanjutnya hubungan antara produsen (pemilik barang) dan konsumen (pemakai barang) semakin sulit dijangkau. Sebagai jalan keluarnya, perusahaan harus membuat suatu sistem agar barang yang ia produksi sampai ke tangan konsumen, baik yang menyangkut biaya periklanan, saluran distribusi maupun penentuan harga.

Sedangkan posisi saluran pemasaran adalah sebagai wadah jalur

¹⁾ C.S.T.Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cet. 8, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 29.

perpindahan barang dari produsen sampai ketangan konsumen. Saluran pemasaran disebut juga sebagai saluran distribusi atau saluran perdagangan. Saluran distribusi dapat didefinisikan dalam berbagai cara, umumnya definisi yang ada memberikan gambaran tentang saluran distribusi sebagai *rute* atau jalur.

David A Reuzan dalam bukunya yang berjudul *Marketing Organization Through The Channels* yang dikutip Basu Swastha mengatakan bahwa saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.²⁾

Dalam kenyataannya, saluran distribusi tidak dapat berjalan lancar sebagaimana waktu berputar, selalu tertib dan tidak ada yang menghalangi. Maka disusunlah suatu strategi. Strategi itu sendiri merupakan suatu rencana umum atau menyeluruh, sebagai petunjuk untuk mengambil keputusan dalam kegiatan saluran. Perhatian ini tidak hanya pada diskripsi tentang bagaimana sebuah saluran beroperasi tetapi lebih diarahkan pada pengembangan yang efektif. Maka ditentukanlah saluran distribusi yang baik dengan melalui sebuah penelitian.

Keputusan menyangkut saluran distribusi³⁾ adalah termasuk suatu keputusan manajemen yang perlu dipertimbangkan dengan matang karena

²⁾ Basu Suwastha, *Saluran Pemasaran*, Cet. 4, (Yogyakarta: BPFE, 1991), hlm. 3.

³⁾ Diantara para produsen dan pemakai terakhir, terdapat sejumlah besar pedagang perantara yang menjalankan berbagai fungsi. Ada perantara misalnya pedagang besar dan pedagang kecil yang membeli hak atas dan menjual kembali barang bersangkutan. Mereka ini disebut *merchant middleman*. Ada pula perantara misalnya makelar (*broker*), perwakilan dagang atau agen penjualan yang mencari pembeli melakukan negoisasi atas nama produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang yang diperjual belikan Radiosunu, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 2, (Yogyakarta: BPFE, 1987), hlm. 157.

keterkaitannya dengan pedagang besar, pengecer, pembuatan gudang distribusi, dan sebagainya. Sehingga keputusan distribusi sering disebut sebagai “*one time strategic decision*”.⁴⁾

Sebagai kunci pokok penelitian pemasaran adalah efisiensi pemasaran. Semakin pendek saluran semakin ringkas pula biaya pemasaran yang berimbang pada nilai atau harga barang. Kebijaksanaan ini menjadi lebih penting bagi daerah yang lokasinya terpencar seperti Indonesia ini. Maka setiap kebijaksanaan pendistribusian selalu dikaitkan dengan efisiensi biaya (*cost effect verses*).⁵⁾

Perusahaan sebagai produsen barang mempunyai kebebasan untuk memilih sistem distribusi barang yang dihasilkannya. Pemilihan ini tentunya berdasarkan berbagai pertimbangan, diantaranya dapat menggunakan saluran nol tingkat atau dua tingkat dan lain-lain dengan melihat barang yang dihasilkan dan konsumen yang akan dituju.⁶⁾ Berdasarkan cara penyampaian barang (siapa yang berhadapan dengan konsumen akhir) maka sistem distribusi dapat dikelompokkan menjadi distribusi langsung dan distribusi tidak langsung.

a. Distribusi langsung atau saluran nol tingkat terdiri dari suatu perusahaan manufaktur

⁴⁾ Drs. Marwan Asri, *Marketing*, Cet.1, (Yogyakarta: BPFE,1986), hlm. 250.

⁵⁾ Biasanya biaya distribusi (BD) di pengaruhi oleh biaya angkut (BA), biaya gudang (BG), biaya penyusutan (BP) dan biaya lainnya (BL), secara sistematis dapat dirumuskan $BP=BA+BG+BP+BL$. *Ibid.*, hlm. 84.

⁶⁾ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa Indonesia, Cet. 10 (Jakarta: Prenhalindo, 1997), II:143. lihat juga E.Catur Rismiati, Ig.Bondan Suranto, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Cet.5 (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 245.

yang menjual langsung ke pelanggan akhir, dari rumah kerumah.

- b. Saluran satu tingkat berisi satu perantara penjualan, seperti pengecer.
- c. Saluran tiga tingkat berisi tiga perantara. Misalnya dalam industri pengemasan daging, pedagang besar menjual ke pemborong yang akan menjualnya ke beberapa pengecer kecil.
- d. Terdapat pula saluran yang lebih panjang.⁷⁾

Memang banyak sekali cara yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen, sebagaimana diuraikan di atas, tetapi masih banyak perusahaan yang mengkombinasikan beberapa saluran distribusi untuk mencapai segmen pasar yang berbeda.

Salah satu variasi dari ilmu *marketing* yang sekarang dianggap sebuah *trend* tersendiri adalah apa yang disebut sebagai *Multi Level Marketing* atau *network marketing*. Banyak pihak yang memperkirakan bahwa pada abad depan, sistem MLM akan digunakan oleh tidak kurang dari separuh perusahaan dalam memasarkan produknya. Saat ini saja diperkirakan sekitar 20 juta orang didunia merupakan anggota aktif dari sistem MLM, dengan 1 juta di antaranya berada di Indonesia.⁸⁾

Telah umum diketahui bahwa MLM merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan atau pabrik (produsen) untuk memasarkan/ mendistribusikan/ menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan

⁷⁾ *Ibid.*, hlm. 143.

⁸⁾ Singgih Santoso, *Praktek MLM dan Money Game di Indonesia*, Cet.1, (Yogyakarta: Duta wacana, 2000), hlm. 13.

memberdayakan distributor independennya untuk melaksanakan tugas pemasaran/ pendistribusian penjualan produk melalui pengembangan armada pemasar/ distributor/ penjual langsung secara mandiri, tanpa campur tangan langsung perusahaan. Target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor independen dan jaringan penjual langsung yang dikembangkannya. Sementara imbal jasa dalam bentuk potongan harga, komisi atau insentif ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan (biasanya disebut *volume point* atau *business point*) yang diberitahukan kepada distributor independen sejak mereka mendaftar sebagai calon anggota.

Sistem MLM ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak melibatkan distributor atau agen tunggal dan grosir atau sub grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Dengan cara tersebut biaya pemasaran dan distribusi (transportasi , sewa gudang, gaji dan komisi tenaga penjualan dan lainnya) dapat mencapai 60% dari harga jual⁹⁾ dapat dialihkan kepada distributor independen dengan suatu sistem berjenjang yang umumnya disesuaikan dengan pencapaian target penjualan atau *omzet* distributor yang bersangkutan.

Sistem MLM ini tidak banyak berpengaruh pada biaya produksi dan harga

⁹⁾ Andrias Harefa, *Multi Level Marketing, Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*, cet.1, (Jakarta: Gramedia, 1999), hlm. 4.

jual produk yang dipasarkan, sebab yang dikelola sesungguhnya hanyalah biaya pemasaran dan biaya distribusi. Artinya perusahaan MLM yang benar dan sah tidak memasang harga jual yang tinggi untuk produk-produknya, karena bagaimanapun mereka tatap bersaing dengan perusahaan bukan MLM dalam hal penjualan produk sejenis dan perusahaan MLM yang menawarkan produk sejenis.

Keunikan utama sistem MLM terletak antara lain pada eksklusivitas cara pendistribusianya, dimana hasil produknya tidak dapat dibeli di pasar swalayan atau *department store*, dan lain-lain, tetapi hanya dapat diperoleh melalui para distributor langsung tersebut dan harga tiap wilayah selalu sama.¹⁰⁾

Pada prinsipnya, proses manajemen pemasaran yang dilakukan MLM yang beroperasi di Indonesia adalah sama dengan proses pemasaran konvensional. Perbedaannya hanyalah terletak pada cara mendistribusikan barang hingga ketangan konsumen, atau pada bauran *place* (tempat) dari *marketing mix*.¹¹⁾ Walau demikian tentu perbedaan tersebut pada beberapa hal akan mempengaruhi penyusunan strategi pemasaran.

Perbedaan yang paling mencolok antara penjualan langsung dan MLM adalah pe-levelan dalam proses *marketing*. Tentu saja *level* yang paling baru akan semakin kehilangan segmen pasarnya dalam rangka mencari *downline* baru disamping

¹⁰⁾ *Ibid.*, hlm. 3-6.

¹¹⁾ E.Catur Rismiati, Ig.Bondan Suranto, *Pemasaran Barang*, *Ibid.*, hlm.190.

perbedaan pemberian komisi antar *level* yang sangat kentara. Dari manakah asal komisi tersebut ? Apakah sistem berlevel sesuai dengan nilai-nilai atau kaidah bermuamalah seorang muslim ? Apakah usaha para *up line* sudah dapat dikatakan layak akan berbagai hasil yang diperoleh ?

Pertanyaan ini menjadi lebih rumit, ketika dari pihak yang berwenang (pemerintah) tidak memiliki ahli yang memahami bisnis ini dengan baik, sehingga aparat yang berwenang mengatur perijinan perusahaan (termasuk notaris dan pejabat di Departemen Perdagangan), tidak mampu menolak dengan tegas untuk tidak memberi ijin usaha kepada perusahaan-perusahaan yang berkedok MLM. Sistem aktual ini secara aktual maupun potensial berbahaya bagi sistem perekonomian dan stabilitas sosial politik sebuah negara, sebagaimana terlihat dalam kasus-kasus seperti di Albania (tahun 1997 bisnis semacam ini nyaris menjatuhkan pemerintahan yang ada), Rusia (kasus MLM menimbulkan kerusuhan sosial), Cina (penutupan semua perusahaan yang menggunakan sistem penjualan langsung), Inggris (yang menyebabkan lahirnya *pyramid selling scheme regulation* tahun 1973), dan lain-lain. Bahkan di Amerika Serikat, negeri leluhur MLM, tidak kurang dari 100 kasus didaftarkan kepengadilan pada tahun 1995.¹²⁾

Dalam kajian hukum Islam terdapat beberapa aturan maupun nas yang harus dilakukan ketika akan melaksanakan transaksi jual beli. Mulai dari syarat, rukun penjual, pembeli, barang yang dijual, alat penukar demikian juga proses mengalirnya

¹²⁾ *Ibid*, hlm.xix.

barang dari produsen hingga ketangan konsumen. Seperti larangan membeli barang ditengah jalan sebelum sampai dipasar, aturan pembebanan tanggungan ketika terjadi kerusakan barang dan lain-lain.

B. Pokok Masalah

Dengan memperhatikan pada latar belakang masalah di atas maka pembahasan dalam skripsi ini terfokus pada pokok masalah : Bagaimanakah konsep *Multi Level Marketing* dalam tinjauan asas-asas jual beli menurut hukum Islam.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara utuh teori MLM, lebih khusus lagi pada pembentukan jenjang (*upline* dan *downline*) dan kaitannya dengan pemberian komisi dan bonus yang sangat menggiurkan dan stratifikasi bonus atau komisi yang sangat kentara dalam tiap *level*.
- b. Dilanjutkan dengan tanggapan hukum Islam terhadap konsep tersebut, dari sisi akad-akad yang ada dalam muamalat.

2. Kegunaan

- a. Sebagai kontribusi pemikiran ilmiah dalam *khazanah* intelektual di bidang hukum Islam, khususnya ekonomi Islam
- b. Memberikan suatu alternatif bisnis yang berlegislasi Islam.

D. Telaah Pustaka

Dalam beberapa buku umum telah banyak yang membahas tentang MLM. Dalam buku karangan Andrias Harefa yang berjudul *MLM, alternatif karier dan usaha menyongsong milenium ketiga* dalam bagian I dijelaskan sejarah MLM, prospek serta beberapa perbedaananya dengan MLM tiruan. Tetapi sayangnya buku ini seperti kepanjangan tangan dari CNI dan Amway sebagai promosi. Karena sangat kentara bagaimana penyusun sangat *tendensius* untuk selalu mengunggulkan dua perusahaan besar tersebut.

Dalam buku yang berjudul *Pesona Bisnis Direct Selling dan MLM* oleh pengarang yang sama dikupas tuntas keeratan hubungan antara *Direct Selling* dan MLM dan tidak ketinggalan adalah berbagai contoh orang yang sukses dalam bisnis ini. Akan tetapi buku ini juga *tendensius* terhadap CNI.

Sebuah buku lagi yang cukup *representative* dikarang oleh Singgih Santoso berjudul *MLM dan Money Game di Indonesia*. Buku ini berisi dua bab, yang pertama membahas tentang pemasaran, bauran serta *profile* MLM. Yang kedua membahas tentang pemasaran, penggandaan uang dan *money game* murni dan tidak murni (sebagai lawan MLM) Maksudnya *money game*, sistem piramida, arisan berantai, kesemuanya adalah mengaku bersistem MLM, tetapi sebenarnya hanyalah usaha yang hanya akan menguntungkan sebelah pihak.

Tarmizi Yusuf mengarang sebuah buku yang berjudul *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*. Buku ini membahas tugas-tugas yang seharusnya dilakukan oleh para distributor, disertai pula contoh-contoh perolehan bonus yang akan dicapai.

Buku ini juga membahas MLM dalam tinjauan Islam. Walaupun demikian dalam buku ini berbeda dengan tulisan penyusun. Kalau penyusun dalam tinjauan hukum Islam secara murni, lebih khusus dengan asas keadilan dan tidak adanya *garar*, sedangkan buku ini lebih cenderung pada konsep dakwah dan belum menyentuh hukum secara praktis. Sebagai contohnya buku ini mengungkap Nabi Muḥammad al-Āmin seorang pedagang, silaturrahmi akan mendatangkan rizki dan lain-lain.

Dalam buku wawasan al-Qur'ān karya Quraish Shihab penyusun mengambil bab tentang keadilan. Keadilan yang dijelaskan dalam al-Qur'ān mempunyai tiga makna yaitu kesamaan, kesetimbangan dan bagian yang wajar, demikian juga dijelaskan keadilan dalam pandangan para ulama', keadilan dan penerapannya, serta dijelaskan keadilan dalam hubungannya dengan Tuhan dan masyarakat.

Dalam literatur arab terdapat beberapa kitab yang menyinggung tentang kaidah-kaidah perekonomian Islam, diantaranya adalah *Niżām al-Islām al-Iqtisād* karya Muhammad al-Mubarak, kitab ini mengupas dasar-dasar serta kaidah umum perekonomian Islam, akidah serta akhlak yang harus dipegangi seorang muslim.

Dalam Islam perbuatan itu mencakup dua hal yaitu bahwa amal itu harus bermanfaat bagi manusia lain dan amal itu sebagai usaha mencukupi kebutuhan pribadi maupun keluarga, tanpa harus menjadi beban bagi orang lain. Demikian juga kedudukan perbuatan tersebut demi pribadinya dan demi kemaslahatan umat. Terdapat juga bagian yang khusus membahas tentang perbuatan (usaha) dan upah.

Dari sisi ikatan-ikatan dalam persekutuan terdapat kitab yang membahas

tentang akad yang berjudul '*Aqdul bai*' karya Dr. Sammir 'Abdul as-Sayyid Tanagu. Lebih rinci buku ini menjelaskan tentang akad jual beli, perbedaannya dengan akad-akad lain. Demikian juga unsur kesempurnaan akad sehingga kata *ijab qabul* kedua belah pihak yang melakukan akad dapat kita terima.

Kitab *as-Syurakat* karya Dr. Abdul 'Aziz Ghazat al-Khiyat. Ini terdiri dari dua juz. Juz yang pertama membahas tentang kaidah-kaidah umum *syirkah* baik menurut fikih maupun perundang-undangan, mulai dari syarat, rukun, batal (rusak) sampai ciri-ciri dari akad *syirkah*.

Juz kedua sudah mulai membahas bentuk-bentuk *syirkah* dari berbagai segi yang pernah tumbuh dikalangan muslim serta perpaduan dari berbagai bentuk *syirkah* pokok. Dari beberapa bentuk *syirkah* tersebut diperbandingkan dengan hukum positif serta komentar beberapa ulama'.

Sepengetahuan penyusun, ada dua skripsi yang membahas tentang masalah MLM yaitu skripsi yang ditulis oleh saudara Afief Zaki Zamzami dari Fakultas Syariah, IAIN Suka tahun 1997, yang membahas tentang *Multi Level Marketing PT. Amindoway Jaya Dalam Tinjauan Hukum Islam*. Skripsi yang kedua adalah *Sistem Pemasaran Hasil Produk Perusahaan Forever Young Dalam Tinjauan Hukum Islam*, yang disusun oleh saudara Supardi Fakultas Syariah IAIN Suka tahun 1999.

Kedua skripsi tersebut masing-masing mempunyai obyek penelitian yang berbeda yakni PT.Amindoway Jaya dan PT.Foreferindo Insanabadi. Mereka melihat sistem dalam PT tersebut baik dari produksi, penjualan, harga dan lain-lain menurut syarat rukun dalam jual beli. Sedangkan skripsi ini terfokus dalam *level* dan bonus

menurut asas keadilan dan tidak adanya *garar*. Kalau mereka penelitian lapangan sedang penyusun menggunakan penelitian pustaka. Jadi tulisan ini belum dibahas oleh peneliti lain.

E. Kerangka Teoretik

Dalam hidup bermasyarakat, manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak, untuk mencukupkan kebutuhan-kebutuhan hidupnya satu sama lain dan saling membutuhkan. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain disebut *mu'amalah*.

Dalam pergaulan hidup ini tiap orang mempunyai kepentingan terhadap orang lain. Timbulah suatu hak dan kewajiban. Hubungan hak dan kewajiban ini diatur dengan patokan-patokan hukum agar menghindari bentrokan berbagai kepentingan. Patokan hukum yang mengatur hubungan hak dan wajib dalam hidup bermasyarakat itu disebut hukum *mu'amalah*.¹³⁾

Mu'amalah merupakan bagian terbesar dalam hidup manusia. Meskipun demikian hukum Islam dalam memberikan aturan-aturan dalam bidang *mu'amalah* bersifat longgar guna memberi kesempatan perkembangan hidup manusia dalam bidang ini dibelakang hari.

Satu hal yang perlu dicatat, meskipun *mu'amalah* menyangkut pergaulan

¹³⁾ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat, Hukum Perdata Islam*, (Yogyakarta: Mizan , 1993), hlm.7.

hidup yang bersifat duniawi tetapi nilai-nilai agama tidak dapat dipisahkan, yang berarti pergaulan hidup di dunia akan mempunyai akibat di akhirat kelak. Hal ini juga bukan berarti pembangunan agama yang berdimensi ekonomi (umum) meletakkan institusi agama dibawah institusi ekonomi dan pembangunan bidang agama juga bukan untuk tujuan-tujuan yang bersifat ekonomis, akan tetapi bertujuan untuk membangkitkan kehormatan manusia di muka bumi, dengan memberi arah yang *transendental* dan memperkuat moralitas spiritual, sehingga pembangunan ekonomi dapat menjadi bagian dari semangat menjalani ajaran agama.¹⁴⁾

هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمِرْكُمْ فِيهَا^{١٥)}

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرْبَىٰ وَالْمُرْسَلِينَ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمُسْكِنِينَ وَابْنِ السَّبِيلِ

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ^{١٦)}

Demikianlah diantara ciri etos kerja seorang muslim. Dia akan berusaha keras untuk mempertahankan hidup dengan tanpa melupakan dimensi sosial. Dalam ayat lain juga dijelaskan bahwa manusia juga harus saling tolong menolong demi kebaikan dan taqwa (Q.S.al-Māidah (5):2). Merupakan aib yang cukup serius ketika seorang muslim berbuat aninya dengan berkhianat terhadap teman sekerjanya Dalam sebuah hadis dijelaskan :

¹⁴⁾ Musa Asy'ari, *Islam*, Cet. 1, (Yogyakarta : Lesfi, 1997), hlm.VI.

¹⁵⁾ Q.S. Hūd (11):61.

¹⁶⁾ Q.S.al-Hasyr (59):7.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم قال تعالى انا ثالث الشاركين مالم يخن أحد هما فاذا خانه خرجت من

^{١٧)} *بينهما*

Keterkaitan hadis di atas dengan sistem distribusi, disana ada beberapa orang atau kelompok yang berserikat untuk menyepakati sebuah pola kerja yang harus dilakukan dalam rangka menyalurkan barang produksi ketangan konsumen.

Permasalahan yang sekarang muncul adalah MLM sebagai salah satu metode pemasaran yang tergolong baru belum ada aturan konkret dalam hukum Islam baik itu yang berupa nas maupun berbagai perkataan para ulama' sehingga diperlukan ijtihad baru untuk mengakomodasi masalah seperti ini. Tarmizi Taher pernah mengatakan bahwa "doktrin saja tidak cukup, karena pada akhirnya diperlukan adanya aktualisasi doktrin tersebut dalam kehidupan konkret dan aktualisasi sebuah doktrin dalam realitas dalam kehidupan masyarakat memerlukan suatu proses sosialisasi yang memakan waktu cukup lama".¹⁸⁾ Nampaknya para ulama' sudah merasakan hal ini, terbukti dengan dimunculkannya beberapa kaidah *uṣūliyyah* dan *fiqhīyyah*.

MLM adalah salah satu sistem pemasaran yang tergolong paling baru. Ia adalah merupakan salah satu sistem penjualan berjenjang, dengan syarat, harus ada *upline* dan *down line*. Konsepnya adalah berusaha untuk menghubungkan penjual dan pembeli tanpa adanya perantara. Maka sebagai pembeda sekaligus sebagai ciri pokok dari konsep MLM adalah sistem berjenjang atau bertingkat yang memungkinkan adanya eksplorasi sehingga menimbulkan ketidakadilan.

¹⁷⁾ Abū Dāwud Sulaimān, *Sunan Abū Dāwud*, "Kitab al-Bai'", "Bab Syirkah" (Beirut: Dar al-Fikr, tt), III: 256. Hadis diriwayatkan dari Abu Hurairah.

¹⁸⁾ Musa Asy'ari, *Islam*, hlm. VII.

Dari konsep MLM di atas menimbulkan beberapa pola pokok pikiran agar konsep tersebut dapat beroperasi, yaitu sistem berlevel maka disana mengharuskan harga produk pada tiap *level* harus sama dan hasil produk tidak dijual secara bebas artinya harus melalui agen-agen tertentu. Hal ini berimbang pula pada segmentasi pencarian *down line* dan *upline*, yang semakin lama semakin menyempit. Hal kedua yang menjadi pokok pikiran adalah dalam rangka pemberian bonus, yang sangat kentara perbedaanya dalam tiap jenjang dan belum terlacak dari manakah asal bonus yang sedemikian besar itu seperti pemberian mobil mewah, rumah atau tour keluar negeri.

Padahal Islam mengajarkan antara hasil dengan usaha (زاد الربيع فضاعف الکسب¹⁹)

Berkenaan dengan pembahasan konsep *Multi Level Marketing* (MLM) penyusun menggunakan asas-asas dalam jual beli. Azhar Basyir mengutip 4 prinsip muamalat. Yang pertama, pada dasarnya segala bentuk muamalat adalah *mubah*, kecuali yang ditentukan hukumnya oleh al-Qurān dan Sunnah Rasul. Yang kedua, muamalat dilakukan atas dasar suka rela, tanpa mengandung unsur paksaan. Yang ketiga, muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan *madarat* dalam hidup masyarakat. Yang ketiga, muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindarkan dari unsur-unsur penganiayaan, unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan dan penyusun akan menggunakan asas yang terakhir.

Sesuai dengan ‘illat MLM di atas selain akan menggunakan asas keadilan juga akan menggunakan tidak adanya *garar*. Dikatakan dalam *Fiqh as-Sunnah* bahwa

¹⁹ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, (Kairo: Dar al-Fath Lil I'lām al-'Araby, 1990), III:198.

larangan jual beli dengan cara *garar* merupakan salah satu asas pokok yang mana di dalamnya mengandung masalah yang banyak sekali.²⁰⁾ Sehingga sangat sinkron ketika penyusun menggunakan asas-asas dalam jual beli tersebut.

1. Asas keadilan

Al-Qur'ān menyerukan agar kita mengikuti prinsip keadilan dalam seluruh kehidupan manusia. Walaupun prinsip keadilan ini menyentuh setiap individu, namun yang paling diutamakan adalah akibat yang ditimbulkannya terhadap kehidupan sosial. Jika seseorang mengadakan hubungan sosial dengan individu lain maka persoalan keadilan tidak bisa tidak akan merupakan yang harus disertakan. Persoalan ini akan lebih jelas lagi jika dikaitkan dengan persoalan ekonomi.

Beberapa ayat al-Qur'an diantaranya adalah²¹ surat al-A'rāf (7):29, al-Hadīd (57):25, al-Infiṭār (82):67, al-An'ām (6):152, telah memberi tafsiran tentang keadilan yang perlu kita perhatikan.

Pertama, keadilan merupakan konsep yang luas dan mencakup semua aspek kehidupan sosial, ekonomi, politik dan bahkan rohani.

Kedua, keadilan menggambarkan keseimbangan, perbandingan dan keharmonisan sebagaimana ia menggambarkan keadilan dari segi undang-undang dan pemberian hak pada yang berhak. Sebagai contoh tiap orang berhak mendapatkan pekerjaan yang layak tanpa diskriminasi demikian juga tiap orang berhak

²⁰⁾ *Ibid.*, hlm. 220.

..... قل امْرِ رَبِّيْ بِالْقُسْطِ
لَقَدْ أَرْسَلْنَا رَسُولًا بِالْبَيْتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقُسْطِ
يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرِبِّكَ الْكَرِيمِ
وَلَا تَقْرِبُوا مَالَ إِيمَانِ إِلَّا بِالْقِتْلِ هُنَّ الْمُحْسِنُونَ حَتَّى يَلْعَجَ أَشْدُهُ وَلَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقُسْطِ لَا تَكُلُّفْ نَفْسًا إِلَّا
وَسَعَهَا...²¹⁾

mendapatkan imbalan yang layak sesuai dengan kreasi dan prestasinya. (Q.S. al-Mu'minūn(23):84

Untuk aspek yang berkaitan dengan isu ekonomi, seperti pembagian harta benda dan pertukaran, usaha untuk menafsirkan keadilan ekonomi dari segi kesamaan yang setepat-tepatnya tentulah hal yang mustahil. Ide keadilan dalam Islam untuk persoalan ini telah diuraikan oleh Syeh Abu al-A'la al-Maududi: "Konsep ini mengandung dua unsur. Pertama suatu bentuk keseimbangan dan perbandingan hendaknya diwujudkan diantara orang yang memiliki hak. Kedua, hak seseorang hendaklah diserahkan dan diberikan dengan seksama. Apa yang dituntut keadilan adalah keseimbangan dan perbandingan dan bukannya ketidaksamaan.²²⁾

2. Prinsip tidak adanya *garar*

Islam mengajarkan kejelasan dalam berakad. Baik itu kesamaran pada barang yang dijual, dari segi ketidaktahuan akan barang yang diakadkan atau ketidaktahuan pada penentuan akad itu sendiri, atau dari segi ketidaktahuan terhadap keadaan harga dan barang yang dijual atau terhadap besarnya harga, atau terhadap masa pembayaran harga jika disana memang ada masanya, atau dari segi ketidaktahuan tentang wujudnya harga, atau ketidakmungkinan menguasainya berpangkal pada ketidakmungkinan menyerahkannya, atau dari segi ketidaktahuan tentang keselamatan harga, yakni

²²⁾ M.Nejatullah Siddiqi, *The economic Enterprise In Islam*, tjh Anas Sidik, Cet.1, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm. 45.

kelangsungannya.²³⁾

Dalam perusahaan harus dapat dilihat dengan jelas dari mana dan kemana dana itu diperoleh hingga tidak terjadi kesamaran. Telah banyak perusahaan yang menawarkan berbagai bonus, maupun hadiah yang sangat menggiurkan dengan cara yang sangat mudah. Hingga sulit diprediksi aliran dana perusahaan, dan membawa daya tarik yang sangat hebat bagi para pencari kerja. Hal ini akan membawa pada kecurigaan dan keraguan.

²⁴⁾ ﴿فِي رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخَصَاةِ وَالْغَرِيرِ﴾

²⁵⁾ ﴿فِيهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ حَبْلِ الْحَبْلَةِ﴾

Namun kalau memperhatikan kecenderungan manusia yang suka memperoleh harta keuntungan sebanyak mungkin untuk dirinya sendiri, kemudian kalau melihat hukum yang terdapat dalam al-Qur'an dan Sunnah terbatas, sedangkan kasus-kasus yang mungkin timbul tidak terbatas, dimana yang tidak terbatas tidak pernah bisa dicakup oleh yang terbatas, maka salah satu antisipasinya para

²³⁾ Abu al-Walid Muhammad bin Ahmad bin Muhammad bin Ahmad bin Rusyd al-Qurtubi, *Bidayah al-Mujtahid Wa Nihayah al-Muqtasid*, (Beirut: Dar al-Fikr, tt) II:111.

²⁴⁾ Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa bin Surah al-Jami', *AL-Jami' as-Sahih Wa Huwa Sunan at-Tirmizi*, "Kitab Buyyu'", "Bab Ma Jaa fi Karahiyati Bai' al-Garari", (Beirut: Dar al-Fikr, tt), III:352, hadis nomor 1230. Diriwayatkan oleh Abu Hurairah. Lihat juga Muslim Ibnu al-Hallaj al-Qurasyi an-Naysaburiy, *Sahih Muslim*, "Kitab Buyu'", "Bab Butlan bai' al-hasat", (Beirut: Dar a-Kutub, tt), I:658. Hadis dari Abi Hurairah

²⁵⁾ *Ibid.*, "Bab Ma Jaa fi Karahiyati Bai' al-Garar", hlm.531, hadis nomor 1229. Hadis dari Ibnu 'Umar.

ulama' menurunkan beberapa kaidah *fiqhiyyah* guna menjamin (merespon) berbagai hal di atas. Seperti:

درا المفاسد مقدم على جلب المصالح^{٢٧)}
الحكم يدور مع العلة وجوداً وعدماً^{٢٨)}

Lebih jauh Jalal ad-Din as-Suyūṭī mengatakan "dalam setiap permasalahan *furu'iyyah* dapat diselesaikan dengan lima kaidah *asāsiyyah* walaupun seorang mujtahid belum sampai memperhatikan dasar-dasar hukum secara *tafsili*".²⁹⁾ Dan kedua kaidah di atas merupakan turunan dari *asās al-khamsah* yaitu *hifz ad-din*, *hifz an-nafs*, *hifz al-mal*, *hifz al-'arūd*, *hifz an-nasl*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian.

Jenis penelitian ini akan menggunakan penelitian pustaka (*library research*) yakni suatu penelitian yang sumber datanya diambil dari buku-buku yang relevan dengan MLM maupun dari hukum Islam. Adapun literatur primernya telah tercantum dalam telaah pustaka.

2. Sifat penelitian

Penyusunan skripsi ini bersifat *diskriptif analisis*, yaitu pemaparan yang

²⁷⁾ Muhlis Usman,M.A., *Kaidah-kaidah Usuliyah dan Fiqhiyyah*, Cet.2, (Jakarta: Rajawali Press, 1997), hlm.143.

²⁸⁾ *Ibid.*,hlm 192.

²⁹⁾ Al-Imām Jalal ad-Din 'Abdurrahmān Abi Bakr as-Suyūṭī, *al-Asybāḥ wa an-Naẓāir*, (tp: Dār al-Fikr, tt), hlm. 6.

diawali dengan menggambarkan konsep sistem MLM, baik dalam hubungannya dalam pencarian *down line* maupun dalam pemberian bonus, kemudian dianalisis dengan akad-akad yang ada dalam *mu'amalah*.

3. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif. Yakni menerapkan norma-norma yang telah diatur dalam *mu'amalah* dan kaidah-kaidah umum yang mendasari munculnya akad tersebut seperti kaidah *fiqhiyah* maupun *usūliyyah*.

4. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisa data-data yang terkumpul adalah metode deduktif. Yaitu analisis akan bermula dari faktor umum yang ada dalam akad bermu'amalah yakni asas keadilan dan tidak adanya *garar* dilanjutkan dengan memecahkan persoalan yang bersifat khusus, yakni konsep pemasaran yang berlevel (MLM).

G. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka mempermudah pemahaman dan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat, maka pembahasannya disusun secara sistematis sesuai tata urutan dari permasalahan yang ada.

Bab satu merupakan gambaran masalah secara umum tetapi terfokus dan jelas untuk menjelaskan teknis masalah yang diangkat. Bab satu atau Pendahuluan terdiri dari a) Latar belakang masalah, berisi hal-hal yang melatarbelakangi kemunculan

masalah yang ada dalam MLM sehingga patut diangkat sebagai masalah. b) Pokok masalah . Ini merupakan inti masalah dalam penelitian yang berupa pertanyaan yang akan dijawab dalam bab tiga nanti. c) Tujuan dan kegunaan penelitian ini. d) Telaah pustaka, berisi berbagai literatur primer yang akan digunakan sebagai rujukan, maupun berbagai tulisan yang pernah menyinggung masalah ini. e) Kerangka teoritik, merupakan prinsip-prinsip atau nilai-nilai yang telah ada dalam hukum Islam guna menelaah masalah tersebut. f) Metode Penelitian, berisi langkah-langkah yang digunakan dalam meneliti masalah.

Bab dua merupakan diskripsi dalam hukum Islam, berawal dari konsep adil dalam jual beli. Adil diungkapkan dalam al-Qur'ān dalam beberapa bentuk seperti *qisṭ*, *ahkām*, *qawām*, dan lain-lain. Keadilan tidak harus mempunyai arti sama akan tetapi lebih pada *sawiyyāt* yang termasuk didalamnya adalah penyamarataan dan kesamaan. Dilanjutkan dengan diskripsi tentang tidak adanya *garar*. Bagi *'aqidain* harus mempunyai kejelasan atas yang diakadkan.

Bab tiga menggambarkan tentang *profile* MLM. Bahwa sebenarnya pemasaran sistem MLM tidak jauh berbeda dengan pemasaran konvensional, hanya berbeda dalam sistem ber-*level*. Sub bab kedua akan menjelaskan MLM dengan sistem penjualan langsung yang sejenis seperti penjualan langsung dan pemasaran penjualan langsung, demikian juga kaitannya MLM dengan sistem ber*level* yang palsu, seperti sistem piramida , *money game*, arisan berantai dan lain-lain.

Bab keempat merupakan bab inti yang berupa analisis atas data dalam bab dua dan tiga. Penelitian ini dilihat dari prinsip-prinsip akad dalam jual beli, lebig

khusus lagi atas keadilan dan tidak adanya *garar* dalam berakad.

Bab kelima merupakan penutup, berupa kesimpulan dan saran dari penyusun.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. *Multi Level Marketing* adalah salah satu cara untuk memasarkan atau mendistribusikan atau menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan memperdayakan distributor independennya untuk melaksanakan tugas pemasaran atau pendistribusian atau penjualan produk melalui pengembangan armada pemasar atau distributor atau penjual langsung secara mandiri atau independen, tanpa campur tangan langsung dari perusahaan.
2. Sistem pembentukan jaringan secara berlevel (*upline downline*) yang terdapat dalam MLM tidak mempengaruhi segmen pasar psikografis bagi anggota lain, dan bagi anggota jaringan yang lebih baru mempunyai kesempatan yang sama dengan anggota yang lebih lama untuk meraih level yang lebih atas tanpa adanya diskriminasi. Sehingga dari kedua *term* di atas menunjukkan sistem berlevel yang terdapat dalam MLM memenuhi asas keadilan.
3. Sistem pemberian bonus yang terdapat dalam MLM dapat dilihat dengan jelas dan tidak mengandung keraguan. Dari jumlah komisi yang dijanjikan perusahaan, hal itu mungkin diraih dan telah terbukti walaupun sulit. Jadi sistem pemberian bonus dalam MLM terbebas dari unsur *garar*.

B. Saran-Saran

Dari ketiga poin kesimpulan di atas dapat ditegaskan kembali bahwa MLM dapat dijadikan sebagai alternatif karir dimasa persaingan dunia kerja yang semakin ketat. Adapun saran penulis :

1. Bagi para calon distributor hendaklah benar-benar memperhitungkan segmentasi pasar, dan jangan terlalu terlena dengan bonus akan dapat diterima.
2. Bagi perusahaan hendaklah harga produk dibuat merakyat agar bonus yang diterima oleh para distributor tidak menumbuhkan sifat tamak dan semua orang dapat menikmati khasiat produk tersebut dan bukan hanya golongan atau kelas tertentu saja.

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok al-Quran dan Tafsir

Departemen Agama, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Surabaya, Mahkota, 1989.

Quraish Shihab,M., *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudlu'i Atas Pelbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan, 1998.

B. Kelompok Hadis

Abū Dāwud Sulaiman, *Sunan Abū Dāwud*, 4 Jilid, Beirut: Dār al-Fikr, tt.

Al-Bukhari, Abū 'Abdullah Muḥammad bin Isma'il, *Sahīh al-Bukhari*, 4 Juz, Beirut: Dār al-Fikr, tt.

Ibnu Mājah, Abū Abdillah Muḥammad bin Yazid, *Sunan Ibnu Mājah*, 2 Juz, Beirut: Dār al-Qalam, tt.

Muslim, Ibnu al-Hallaj al-Qurasyi an-Naysaburiy, *Sahīh Muslim*, Beirut: Dār al-Kutub, tt.

At-Tirmizi, Abū 'Īsa Muḥammad bin 'Īsa bin Sūrah al-Jāmi', *AL-Jāmi' as-Sahīh Wa Huwa Sunan at-Tirmizi*, 12 Juz, Beirut: Dār al-Fikr, tt.

C. Kelompok Fiqh dan Usul Fiqh

'Abd al-Wahab Khallaf, *Ilm Usūl al-Fiqh*, Beirut: Dār al-Qalam, 1987.

Asjmuni Abdurrahman, *Kaidah-kaidah Fikih*, Jakarta: Bulan Bintang, 1976.

Basyir, Ahmad Azhar, *Azas-azas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, ed.revisi, Yogyakarta: Fakultas Hukum UII, 1993.

Dawud Ali,M., *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf*, Cet., Jakarta: UI Press, 1998.

Imam Taqī y ad-Dīn, *Kifayah al-Akhyār fī Jalli Gāyati al-Ikhtisār*, Semarang: Keluarga semarang, tt.

Hasan Qāsim,M., *Al-Mūjiz fī 'Aqdi al-Bai'*, Iskandaria: Dār al-Jāmi'ah al-Jadīdah Li Nasyr,tt.

Mawardī, Abū al-Hasan 'Ali Ibnu Muḥammad *al-Hawi al-Kabīr*, 24 Jilid, Beirut: Dār al-Fikr, 1994.

Muhlish Usman,M.A., *Kaidah-kaidah Usuliyah dan Fiqhiyyah*, Cet.2, Jakarta:

Rajawali Press, 1997.

Murtada Mutahhari, *Al-'Adl Fi al-Islām*, alih bahasa Haidar Baqir, Cet.2, Hidayah, 1992.

Muslehuddin,M., *Filsafat Hukum Islam dan Pemikiran Orientalis*, Cet.2,Yogyakata: Tiara wacana, 1997.

Siddiqi, M. Nejatullah, *The economic Enterprise In Islam*, tjh Anas Sidik,Cet.1, Jakarta Bumi Aksara, 1991.

Qurtubī, Abu al-Wālid Muḥammad bin Aḥmad bin Rusyd, *Bidāyah al-Mujtahid Wa Nihāyah al-Muqtashid*, Beirut: Dār al-Fikr, tt.

Sābiq, as-Sayyid, *Fiqh as-Sunnah*, 3 Jilid, Kairo: Dār al-Fath Lil I'lām al-‘araby: 1990.

Sahal Mahfuz, *Masalah Fikih Sosial*, Yogyakarta: LKIS, 1994.

Suyūṭī, al-Imām Jalāl ad-Dīn ‘Abd ar-Rahmān bin Abī Bakr as-Suyūṭī, *al-Asybāh Wa al-Nazāir*, Beirut: Dār al-Fikr, tt.

Az-Zuhāily,Wahbah, *al-Fiqh al-Islāmiy Wa Adillatuh*, 4 Juz, Beirut: Dar al-fikr, tt.

Yusuf Qardawi, *Daur al-Qayyim wa al-Akhlaq fi al-Iqtisādi al-Islāmiy*, alih bahasa KH. Didin Hafiduddin MSc. dkk. Cet.1, Jakarta: Robbani Press, 1997.

Al-Malībāri, Zainuddīn Ibnu ‘Abdi al-‘Azīz, *Fath al-Muīn Bi Syarh Qurroti al-Ain*, Semarang: Putra Semarang, tt.

D. Kelompok Buku Lain

‘Abdul ‘Aziz Dahlan et..Al. (Eds), *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakarta: PT.Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997.

‘Abdullah Sidik al-Hajji,LLD, *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*, Cet.1,Jakrtta : Balai Pustaka,1993.

Abdurrahman Wahid , *Konsep-konsep Keadilan Dalam Kontekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah* Jakarta: Paramadina, tt.

Akram Khan,M., *Economic Teaching of Prophet Muhammad A Select Anthology of Hadith Literature of Economic*, Edisi Bahasa Indonesia, ttp: Bank Mu'amalat Indonesia, tt.

- Andrias Harefa, *Multi Level Marketing, Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*, cet.1,Jakarta: Gramedia, 1999.
- _____, *MLM dan Penggandaan Uang*, Cet.1 Jakarta: Gramedia, 2000.
- _____,*Pesona Bisnis Direct Selling dan MLM*, Cet. 2 Jakarta:Gramedia,2000.
- Asghar Ali Engeneer, *Islam dan teologi pembebasan*, Alih Bahasa Agung Prihantora, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Basyir, Ahmad Azhar, MA., *Refleksi Atas Persoalan Keislaman*, cet.2, Bandung: Mizan, 1994.
- Basu Suwastha, *Saluran Pemasaran*, Cet.4, Yogyakarta: BPFE, 1991.
- _____,Irawan,MBA.,*Manajemen Pemasaran Modern*, Cet.4, Yogyakarta: Liberty, 1990.
- _____,*Azas-Azas Marketing*,Edisi 3.Cet.1, Yogyakarta: Liberty, 1984.
- Budiono Kusumo Hamidjoyo, *Ketertiban Yang Adil*, Jakarta: Grassindo, 1999.
- Catur Rismiati,E.Ig.Bondan Suranto, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Cet.5 Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Dawam, Raharjo, *Ensiklopedi al-Quran: Tafsir sosial berdasarkan konsep-konsep kunci*,Jakarta: Paramadina, 1996.
- Djoseno Ranupandojo, *soal Jawab Marketing*, Cet.1, Yogyakarta: AMPYKPN, tth.
- Hermawan Kertajaya, *Marketing Plus 2*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.
- John M.Echols, Hasan Shadili, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: Gramedia, tth.
- Kansil, C.S.T. *Pengantar Ilmu Hukum*, Cet. 8, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Lewis Ma'luf, *al-Munjid*, Beirut: tnp, 1937.
- Marwan Asri, *Marketing*, Cet. 1, Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Musa Asy'ari, *Islam*, Cet. 1, Yogyakarta : Lesfi, 1997.

Nurcholis Madjid, *Islam Doktrin Dan Peradaban; Sebuah Kritis Tentang Masalah Keimanan, Kemanusiaan Dan Kemodernan*, cet. 2, Yogyakarta: Paramadina, 1992.

Clothier,Peter J., *Meraup Uang Dengan Multi Level Marketing*, Cet.4, Jakarta: Gramedia, 1996.

Kotler, Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edition 3, Jilid 5, tjh. Imam Nurmawan,S.E., Cet.1, Jakarta: Erlangga, 1997.

_____, *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa Indonesia, Cet. 10 Jakarta: Prenhalindo, 1997.

_____, *Marketing Management, Analysis, Planning and Control*, edition,5, tjh. Drs.Jaka Wasana, Cet. 6, Jakarta: Erlangga, 1991.

Radiosunu, *Manajemen Pemasaran*, Cet.2, yogyakarta: BPFE,1987.

Singgih Santoso, *Praktek MLM dan Money Game di Indonesia*, Cet.1, Yogyakarta: Duta wacana, 2000.

Tarmizi Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, Jakarta: Elek Media Komputindo, 2000.

Winandi, *Pengantar Tentang Riset Pemasaran*, Cet.1, Bandung: Mandar Maju,1991.

Yoes Axinantio, *Multi Level Marketing dan Mail Order*, Cet.1, Pekalongan: Gunung Mas, 1996.

Z. Million Cowan (ed.), *Dictionary of Modern Written Arabic*, New York: tnp, 1976.

_____*Starter Kit*, Cipta Bina Insan Sejahtera, PT.CBS, tt.

_____*Buku Panduan Usaha*, PT Amindoway Jaya

_____*Perangkat Kerja Mitra Niaga*, PT. Ahad Net Internasional

Lampiran I
TERJEMAHAN

No	Hlm	FN	Terjemahan
BAB I			
1	13	15	Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya.
2	13	16	Apa saja harta rampasan (<i>fai</i>) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan supaya harta itu jangan harta berputar diantara orang-orang yang kaya saja diantara kamu.
3	14	17	Saya (Allah) adalah pihak ketiga diantara orang-orang yang berserikat selama mereka tidak berkianat diantara mereka dan jika mereka berkhianat maka Aku akan keluar dari mereka.
4	18	24	Rasulullah melarang (jual beli) hasat dan jual beli secara <i>garar</i>
5	18	25	Rasulullah, melarang jual beli kandungan hewan yang mengandung
6	19	27	Menolak kerusakan itu lebih didahului daripada menarik maslahat
7	19	28	Hukum itu berputar sekitar illatnya baik ada atau tidak ada.
BAB II			
8	27	8	Dan apabila kamu menghukumi , maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun ia adalah kerabat(mu).
9	27	9	Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar.
10	27	10	Sesungguhnya Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka <i>Al-Kitab</i> dan neraca keadilan supaya manusia dapat melaksanakan keadilan.
11	27	11	Allah berfirman: “Sesungguhnya Aku akan menjadikanmu iman bagi seluruh manusia”. Ibrahim berkata: “(Dan saya mohon juga) dari keturunanku”. Allah berfirman: “Janjiku (ini) tidak mengenai orang yang zalim”
12	27	12	Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan).
13	28	13	Dan (menyuruh kamu) jika kamu menghukumi diantara manusia supaya menetapkan dengan adil
14	28	14	Sesungguhnya saudaraku ini mempunyai sembilan puluh sembilan ekor kambing betina dan aku mempunyai seekor saja. Maka ia berkata: “ Serahkanlah kambingmu itu kepadaku dan dia mengalahkanku dalam perdebatan

15	28	15	Hai manusia, apakah yang telah memperdayakan kamu (berbuat durhaka) terhadap Tuhanmu Yang Maha Pemurah.
16	29	16	Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Sekali-kali kamu tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang?.
17	29	17	Matahari dan Bulan (beredar) menurut perhitungan.
18	29	18	Sesungguhnya Kami menciptakan segala sesuatu menurut ukuran.
19	30	19	Dan sekali-kali tidaklah Tuhanmu mengaiaya hamba-hamba-Nya.
20	32	27	Jika suatu perkara itu menyempit maka hukumnya meluas, dan jika perkara itu meluas maka hukumnya menyempit.
21	33	28	Semua yang melewati Batas usia laki-laki dan perempuan dalam perkawinan untuk mencapai keharmonisan keluarga akan dibatasi kebalikan dari lawannya,

BAB IV

22	83	4	Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat) sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.
23	83	5	Nabi ditanya oleh Sahabat Amal apakah yang paling bagus? Nabi menjawab Amal seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang <i>mabrur</i>
24	84	7	Sesungguhnya jual beli itu harus atas dasar suka sama suka.
25	85	9	Asal dari setiap akad adalah kerelaan antara orang-orang yang berakad dan hasilnya adalah berlangsungnya akad itu sesuai dengan kesepakatan.
26	85	11	Setiap syarat yang berlawanan dengan asal (hukum) syara' maka batal.
27	88	17	Hukum itu berputar sekitar illatnya baik ada atau tidak ada.
28	90		Hai orang-orang yang beriman jadilah kamu semua penegak keadilan.
29	91	22	Dan (menyuruh kamu) jika kamu menghukumi diantara manusia supaya menetapkan dengan adil
30	92	23	Hai manusia, apakah yang telah memperdayakan kamu (berbuat durhaka) terhadap Tuhanmu Yang Maha Pemurah. Yang telah menciptakan kamu dan lau menyempurnakan kejadianmu dan menjadikan (susunan tubuh) mu seimbang.
31	95	28	Maka mintalah rizki itu disisi Allah.
30	94	31	Tidaklah sama antara mu'min yang duduk (yang tidak turut berperang) yang tidak mempunyai uzur dengan orang-orang yang berjihad dijalankan Allah dengan harta mereka dan jiwananya. Allah melebihkan orang-orang yang berjihad dengan harta dan jiwananya atas orang-orang yang duduk satu derajat.

31	98	34	Pengikut akan berhenti karena berhentinya yang diikuti.
32	98	35	Pengikut tidak akan mendahului orang yang diikuti
33	100	38	Pengikut tidak akan mendahului orang yang diikuti
34	103	44	Rasulullah melarang (jual beli) hasat dan jual beli secara <i>garar</i>

Lampiran. II.

BIOGRAFI ULAMA DAN PARA SARJANA

Jalaluddin Abdurrahmān as-Suyūṭī

Nama lengkapnya adalah Abdurrahman Ibnu Kamāl Abū Bakar Ibnu Muhammad Ibnu Sābiq ad-Dīn Ibnu Faḥr ‘Usman Ibnu Nāzir Ad-Dīn Muhammad Ibnu Saifuddin Ḥudairi Ibnu Najmuddin Abi Shāleḥ Ayyub Ibnu Nāṣiruddin Muḥammad Ibnu Saikh Ḥimāmuddin al-Hammam al-Hudairi as-Suyūṭī. Beliau lahir pada hari ahad bulan Rajab tahun 849 H bertepatan dengan tanggal 3 Oktober 1445 di Cairo. Pada usia yang keempat puluh tahun beliau memusatkan perhatiannya dalam penyusunan kaitab-kitab. Guru-guru beliau diantaranya Jalaluddin al-Mahalli, al-Bulqaini as-Samani dan masih banyak lagi yang lain. Diantara murid-muridnya Syaikh Ḥabdul Qādir Muḥammad Ibnu Aḥmad as-Sażali Al-Muažin as-Syāfi’i Muḥammad Ibnu Ḥabdurrahman Ibnu ‘Ali Ibnu Abu bakar al-Qāmi, ‘ali Ibnu Muḥammad Ibnu Yakhlaṭ al-Manufi ad-Dāwudi al-Miṣri as-Syāfi’i. Karya-karyanya mencapai 300 judul, diantaranya yang terkenal adalah ad-Durarul Mānsūr Fī Tafsīr Bi al-Ma’sūr, Penyempurnaan kitab tafsir Jalālāin, al-Itqān Fī Ulūmil Qurān dan lain sebagainya. Ia meninggal dan di makamkan di Huwas Mesir.

Wahbah az-Zuhaili

Nama lengkapnya adalah Wahbah Mustafa az-Zuhaili. Dilahirkan di kota Dayr ’Atiyah bagian Damaskus pada tahun 1932. Beliau belajar di fakultas as-Syari’ah di universitah al-Azhar kairo dengan memperoleh ijazah tertinggi pada peringkat pertama tahun 1956. Beliau mendapat gelar LC. Dari universitas ‘ain syam dengan predikat jayyid tahun 1957, mendapat gelar diploma ma’had as-Syari’ah (M.A) tahun 1959 dari fakultas hukum universitas al-Qahirah, kemudian gelar doktor dalam hukum (as-Syari’ah al-Islamiyah) dicapai tahun 1963. Pada tahun 1963 beliau dinobatkan sebagai dosen (mudarris) di universitas Damaskus. Spesifikasi keilmuannya adalah dibidang fiqh dan ushul fiqh. Adapun karyanya antara lain: *al-Wasiṭ fī Ushūl al-Fiqh al-Islāmi*, *al-Fiqh al-Islāmi fī Uslūbihi al-Jadīd*, *al-Fiqh al-Islāmi wa Adillatuhu*.

Imam Muslim

Nama lengkapnya adalah Imām Abū al-Husein Muslim bin al-Hajjaj bin Muslim bin khussaz al-Qusyairi an-Naisaburi, beliau seorang ulama terkemuka yang namanya tetap dikenal hingga kini. Beliau dilahirkan di Naisaburi pada tahun 206 H. Beliau melawat ke Hijaz, Irak, Syam, dan Mesir, dan menemui beberapa guru seperti Yahya ibnu Yahya dan syaikh Ishaq ibnu Ruhawain di Hijaz serta Said ibnu Mansur dan Abū Mus’ab. Beliau juga pernah belajar kepada Ahmad bin Hanbal. Diantara karyanya yang terbesar dalam bidang hadis adalah *Shahīd Muslim* yang merupakan kitab hadis urutan kedua diantara 6 buah kitab hadis yang diakui (*Kutub as-Sittah*) setelah *Sahīh Bukhari*.

Abū Dāwud

Seorang ulama' hâfiz (penghafal al-Qur'an), ahli dalam berbagai ilmu pengetahuan keislaman, terutama dibidang hadis dan fiqh. Beliau lahir di Sajistan, perbatasan Iran dan Afganistan, lahir tahun 202 H/817 M. Wafat pada tanggal 15 Syawal 275 H/888 M. Disamping mengajar hadis kepada murid-muridnya, masih sempat menulis beberapa buku yang bukan hanya dalam bidang fiqh, melainkan dalam bidang-bidang lainnya. Karyanya dalam bidang fiqh antara lain: *As'îlah Ahmâd bin Hanbal*, *Tasmiyah al-Âhkam*, *Fadâ'il al-Ansâr*. Dan dalam bidang hadis yang termashur adalah *sunan Abî Dâwud*.

Ahmad Azhar Basjir

Beliau lahir pada tanggal 21 Nofember 1928. Dia alumnus perguruan tinggi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 1956. Beliau memperdalam bahasa arab di universitas Bagdad tahun 1957-1958. Beliau memperoleh gelar Magister pada universitas Kairo dalam dirosah islamiyah tahun 1965. Mengikuti pendidikan purna sarjana filasafat pada Universitas Gajah Mada pada tahun 1971-1972. Beliau dosen luar biasa di UGM, UMY, UII, dan IAIN Yogyakarta. Dan anggota tim pengkaji hukum Islam dan pembinaan hukum nasional departemen kehakiman. Hasil karyanya antara lain: *Falsafah Ibadah dalam Islam*, *Hukum Waris Islam*, *Hukum Perkawinan Islam*, *Garis Besar Sistem Ekonomi Islam*, *Asas-asas Hukum Mua'malat* dan lain-lain.

Andrias Harefa

Dilahirkan di Curup, Bengkulu, 6 September 1964. Pendidikan formalnya berakhir saat memutuskan kuliahnya dari Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada. Beliau hobi menulis majalah bulanan SAKSI (1988-1989), majalah ANTUSIAS. Berbagai karya tulisnya antara lain: Menjual tanpa hambatan, Presensi Efektif, Multi Level Marketing, 10 Kiat Sukses Distributor MLM, Sukses Tanpa Gelar. Sejak tahun 1998 klien yang menggunakan jasanya antara lain, Astra Group, Ciputra Group, CNI, Lipo life Insurance, dan beberapa yaysan bidang pendidikan.

Lampiran III

CURRICULUM VITAE

Nama : SAMSUL MUARIF

Tempat,Tanggal Lahir: Tulungagung, 10 April 1978

Alamat Asal : Sukowiyono, Karangrejo, Tulungagung, Jawa Timur

Pendidikan 1) Formal a. Tahun 1990 Lulus SDN II Sokowiyono, Tulungagung

b. Tahun 1993 Lulus MTsN Karangrejo, Tulungagung

c. Tahun 1996 Lulus MAN Boyolangu, Tulungagung

d. Tahun 1996 Masuk IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

2) Non Formal a.Tahun 1993-1996 Di Pon.Pes Al-Fattah Mangunsari

Tulungagung.

b.Tahun 1996- sekarang Di PP. Wahid Hasyim

Yogyakarta.

Orang Tua:

Ayah : Abdul Kholik

Ibu : Istikaroh

Pekerjaan : Tani

Alamat : Sukowiyono, Karangrejo, Tulungagung, Jawa Timur