



Praktik pemasaran berjenjang Halal Network Internasional Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HNI HPAI) Jakarta ditinjau dari aspek hukum ekonomi syariah

Dadad Ardabili

Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta

musthofaardabili92@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

5 Juli 2023

Disetujui :

20 Agustus 2023

Dipublikasikan :

25 September 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis sistem kompensasi dan model *networking* pada bisnis HNI HPAI. Selama ini, HNI HPAI dianggap sebagian masyarakat bahwa terdapat riba dan *money game* di dalam praktiknya. Adanya pendapat ulama dan fatwa ulama Timur Tengah berkenaan haramnya MLM menjadi sebab ragunya bisnis pemasaran berjenjang HNI HPAI. Bentuk penelitian ini adalah *library research* dengan metode deskriptif komparatif melalui pendekatan *fiqh* dan *ushūl al-fiqh*. Metode triangulasi juga dilakukan untuk melakukan konfirmasi atas keabsahan sumber data dan hasil penelitian wawancara dengan pihak terkait. Sumber data primer yang digunakan adalah data dari dokumen-dokumen dan wawancara terkait dengan masalah yang diteliti. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari literatur-literatur berupa data pustaka, baik media cetak, jurnal penelitian, Fatwa DSN MUI, maupun media internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa akad yang digunakan adalah akad *murābahah*, *wakālah bi al ujah*, dan *ju'ālah*. Pada bisnis HNI HPAI juga tidak ditemukan adanya praktik ribawi dan *money game* atau skema piramida. Dapat disimpulkan bahwa praktik pemasaran berjenjang HNI HPAI sudah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu fatwa yang diterbitkan oleh DSN MUI.

Kata kunci: MLM, Akad, Fatwa, *Money game*

ABSTRACT

This study aims to explore and analyze the compensation system and networking model in the HNI HPAI business. So far, HNI HPAI is considered by some people to contain usury and money games in its practices. The opinions of Middle Eastern scholars and fatwas regarding the prohibition of MLM are the reasons for doubts about the HNI HPAI multilevel marketing business. The form of this research is library research with a comparative descriptive method through the fiqh and ushūl al-fiqh approaches. The triangulation method is also used to confirm the validity of the data sources and the results of interview research with related parties. The primary data sources used are data from documents and interviews related to the problem being studied. While secondary data sources are obtained from literature in the form of library data, research journals, DSN MUI Fatwas, and internet media. The results of the study show that some of the contracts used are the murābahah, wakālah bi al ujah, and ju'ālah contracts. In the HNI HPAI business, there were also no usury practices and money games or pyramid schemes. It can be concluded that HNI HPAI's multilevel marketing practices are in accordance with the principles of Islamic economic law, namely the fatwa issued by the DSN MUI.

Keywords: MLM, Contracts, Fatwa, *Money game*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pemasaran berjenjang atau dikenal dengan *Multi Level Marketing* (MLM) adalah sistem penjualan yang dilakukan perusahaan, dimana perusahaan menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar yang disebut dengan member atau mitra usaha, produk-produk MLM tidak dijual melalui agen atau penyalur secara khusus, selain itu perusahaan juga memberikan kesempatan kepada para member untuk menjadi tenaga pemasaran. Dengan cara ini, seorang konsumen secara otomatis menjadi tenaga pemasar (*marketer*). Dengan kata lain, seorang konsumen berfungsi secara ganda di mata perusahaan, yang pertama ia menjadi konsumen, dan yang kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya (Sofwan, 2019).

Multi Level Marketing Syariah adalah MLM yang begitu pesat perkembangannya di Indonesia, hal tersebut karena banyaknya keuntungan yang didapatkan ketika berhasil mencapai prestasinya, baik penjualan maupun di dalam jenjang karirnya. Semakin seseorang berprestasi maka semakin banyak pula hasil atau keuntungan yang diperoleh. MLM syariah lebih diminati Masyarakat Indonesia daripada MLM konvensional mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. MLM syariah adalah MLM yang secara operasionalnya mendasarkan kepada prinsip-prinsip syariah (Kuswara dalam Islamiyah, 2018).

Diantara perusahaan MLM syariah di Indonesia yang telah berkembang pesat serta banyak diminati adalah PT HNI HPAI. Serta MLM lainnya HNI HPAI memberikan bonus atau komisinya kepada membernya. Akan tetapi jika diteliti dalam praktiknya, perusahaan tersebut menggunakan dua akad dalam satu akad yang diharamkan menurut syariah (Adiwarman, 2018). Di samping itu terdapat pula kritikan dari salah satu tokoh yang menyatakan bahwa HNI HPAI hukumnya haram seperti Husein Syahroni dan Erwandi Tarmizi, mereka mengatakan bahwa HNI HPAI terdapat *money game* dan praktik riba (Erwandi dalam Yusuf, 2018). Adanya Fatwa Ulama Timur Tengah Seperti *Lajnah Dā'imah* Saudi, *Dār Al-Iftā* Mesir, dan *Markaz Al Fatwā* Qatar mengenai haramnya MLM juga memperkuat atas keharamannya MLM (Harefa, 2021).

Money Game adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan atau pendaftaran mitra usaha yang baru atau bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamuflase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan (DSN MUI dalam Harizan, 2017). *Money game* diharamkan karena terdapat *gharar*.

Di dalam bisnis HNI HPAI beberapa akad yang digunakan adalah akad *murābahah*, akad *wakālah bi al ujarah*, akad *juālah* dan akad *ijārah*. Namun jika melihat pada praktiknya, akad *murābahah* tidak *applicable* untuk digunakan dalam bisnis tersebut, bahkan *murābahah* hampir tidak bisa diterapkan dalam transaksi jual beli antara perusahaan dengan member karena hampir tidak mungkin ada perusahaan yang dapat memberitahukan harga modalnya. Terlebih jika harus memasukan bea pegawai sebagai bagian dari harga modal, hal ini karena dalam *murābahah* penjual wajib memberitahukan modalnya kepada pembeli. Begitu juga dalam akad *wakālah bi al ujarah* jika melihat regulasi yang ada, akad ini bertentangan dengan peraturan menteri perdagangan yang melarang perusahaan MLM memberikan bonus perekrutan sebagai tindakan *preventif* atas adanya *money game* atau pintu masuk bagi skema piramida untuk menjalankan kegiatannya dengan mengatasnamakan MLM. Dalam praktik HPAI produk yang dijual oleh member juga sudah tidak lagi menjadi milik perusahaan tetapi sudah menjadi milik member karena dia telah membelinya dan membayarnya secara tunai dari perusahaan, sehingga status barang yang dijual oleh member adalah barang yang sudah menjadi milik member, karena itu penggunaan akad *wakālah* menjadi kurang relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), dan studi lapangan, yaitu studi atas dokumen, strategi pemasaran berjenjang PT. HPAI yang ada kaitannya dengan pokok penelitian dan pelacakan data yang tidak tertulis, yaitu melalui wawancara dengan orang-orang yang terkait dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Penulis meneliti suatu fenomena yang terjadi di PT Halal Network Internasional Herbal Penawar Alwahida (HNI HPAI) Jakarta. Penelitian ini juga bersifat yuridis empiris, yaitu penelitian untuk mengkaji akad-akad MLM syariah, Implementasi akad-akad HNI HPAI serta kesesuaiannya dengan fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Penulis memulai penelitian ini dengan mengumpulkan hasil survey penulis di lokasi penelitian, kemudian melakukan wawancara dengan narasumber lalu menganalisis hasil penelitian tersebut.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi, data-data dari dokumen dan wawancara yang dilakukan penulis dengan narasumber yang bernama bapak Amin Sugiharto selaku *Eksekutive Manager* HNI HPAI pada tanggal 27 Mei 2020 di *Bussines Center* (BC) Mampang Depok. Sumber data sekunder diperoleh dari literatur-literatur berupa data pustaka dari berbagai sumber yang

terkait dengan penelitian ini, baik media cetak seperti buku-buku, jurnal penelitian, majalah, Fatwa Dewan Syariah Nasional DSN MUI, maupun media internet.

HASIL PENELITIAN

Kriteria MLM Syariah

Fatwa DSN MUI secara implisit menjelaskan bahwa MLM memiliki dua model, yaitu (1) MLM konvensional yang tidak sesuai dengan prinsip syariah dan hukumnya tidak halal (2) MLM syariah hukumnya halal. Sebuah MLM tidak bertentangan dengan ketentuan prinsip syariah dan hukumnya halal apabila memenuhi 12 persyaratan yang dijelaskan dalam fatwa tersebut (Shofwan dalam Sugiyono, 2020). Dua belas Persyaratan Fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 yang harus dipenuhi agar suatu MLM dikategorikan sebagai bisnis yang halal dan sesuai syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
- 2) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- 3) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (judi, Spekulasi), *riba* (bunga), *dharar* (tidak bermanfaat), *dzulm* (kezaliman), dan *maksiat*.
- 4) Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
- 5) Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha.
- 6) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang/jasa yang ditetapkan oleh Perusahaan.
- 7) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
- 8) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*.
- 9) Tidak ada *eksploitasi* dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota berikutnya.
- 10) Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara *seremonial* yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain;
- 11) Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya.
- 12) Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Implementasi Akad-Akad MLM Syariah

a) Praktik Akad *Murābahah* HNI HPAI

Murābahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *murābahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang dia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya (Tanjung, 2016). Praktik *murābahah* diterapkan pada keuntungan langsung yang diperoleh seorang agen. Pada bisnis HPAI jika member membeli produk untuk dipakai sendiri maka member berhak mendapatkan *discount*, namun apabila dijual kembali kepada konsumen, maka member memperoleh keuntungan atau bonus secara langsung. Misalnya produk *Andrographis Centella* (Kode 70/50/20) artinya jika seorang member menjual ke konsumen maka harganya adalah Rp 70.000, dan member menjual ke sesama member atau agen maka harganya adalah Rp 60.000, dan poin yang didapatkan member sebagai penjual adalah Rp. 20.000. Jika dihitung berarti keuntungan langsung (*discount*) yang didapatkan member dari konsumen adalah Rp 80.000 dikurangi Rp 60.000 yaitu sebesar Rp 20.000 sekitar 0,33 dirham atau 33 % *discount*-nya (HNI dalam Rabbani & Nawirah, 2018).

Berdasarkan analisa penulis, contoh di atas adalah praktik menggunakan akad *murābahah*, dimana seorang agen membeli dari agen lain dengan harga Rp. 60.000 dan menjualnya dengan harga Rp. 80.000 kepada konsumen, maka keuntungan Rp. 20.000 yang diperoleh agen dengan menjual

kepada konsumen adalah menggunakan akad *murābahah*. Pada bisnis HNI agen selalu memberikan informasi kepada agen lain bahwa ada perbedaan harga antara menjual kepada agen lain dan menjual kepada konsumen biasa.

b) Praktik Akad *Wakālah Bi Al-Ujrah* HNI HPAI

Praktik *wakālah bi al-ujrah* diimplementasikan pada jenjang karir yang ada pada bisnis HNI HPAI. Dalam bisnis HNI HPAI terdapat jenjang karir dimana perusahaan memberikan bonus kepada *leader* apabila berhasil membina atau memiliki beberapa member di bawahnya dimana member tersebut telah berhasil melakukan target penjualan. Dalam hal ini perusahaan HNI HPAI mendelegasikan kepada *leader* untuk membina beberapa member, perusahaan sebagai *muwakkil* dan *leader* sebagai *wakil*. Apabila *leader* berhasil menyelesaikan tugasnya, maka *leader* berhak mendapatkan komisi dari perusahaan (Astriani, 2018).

Berdasarkan penelitian penulis praktik *wakālah bi al ujrah* terjadi pada 6 leader jenjang karir HNI HPAI yaitu sebagai mana berikut: Pangkat *leader* pertama adalah *Manager* mendapatkan komisi 20 % ketika Target Prestasi Pribadi & Group di atas 3000 PV atau di atas 1000 PV dalam 1 bulan (Amin, 2020: 24). Pangkat kedua *senior Manager* mendapatkan komisi 23 % apabila membina 3 *Manager* di bawahnya. Ketiga *Executive Manager* mendapatkan komisi 26 % apabila memiliki 6 *Manager* di bawahnya. *Director* mendapatkan komisi 29 % jika memiliki 2 Senior Manager dan 4 *Manager* di bawahnya. *Senior Director* mendapatkan komisi 32 % jika memiliki 4 SM dan 2 *Manager* di bawahnya. *Executive Director* (ED) atau pangkat tertinggi dalam HNI mendapatkan komisi 35 % ketika memiliki 6 Senior Manager (Ferly, 2015).

Menurut penelitian penulis, masing masing komisi dari jenjang karir di atas adalah berdasarkan prestasi karena telah memiliki beberapa member di bawahnya, ketika memiliki member maka bertanggung jawab untuk membina kepada member di bawahnya, bukan hasil perekrutan sebagai mana terjadi pada *money game*, karena agen yang di bawah berhasil melakukan penjualan produk atau memenuhi target prestasi, artinya jika di bawahnya tidak memenuhi target prestasi, maka level yang di atas tidak akan mendapatkan komisi, jadi level tinggi pada HPAI adalah berdasarkan prestasi yaitu telah berhasil membina beberapa member di bawahnya.

c) Praktik Akad *Ju'ālah* HNI HPAI

Ju'ālah adalah janji atau komitmen (*iltizām*) untuk memberikan imbalan (*reward*) tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Janji untuk memberikan bonus atau imbalan tertentu harus dinyatakan secara jelas dalam akad/perjanjian *ju'ālah*. Pemberian bonus dalam akad *ju'ālah* juga tidak boleh diberikan di muka sebelum ada prestasi nyata. Pada bisnis HNI HPAI, akad *ju'ālah* diterapkan dalam pemberian bonus penjualan produk HNI HPAI. Pemberian bonus dilakukan sebagai motivasi bagi para agen agar semakin giat dalam menjual produknya (Hasanudin, 2020).

Praktik *ju'ālah* pada HNI HPAI diterapkan pada jenjang karir 3 level Agen Biasa (AB). Level pertama mendapatkan komisi 10 % ketika akumulasi Target Prestasi (TP) Pribadi & Group dari 0 sampai di bawah 1000 PV. Level kedua mendapatkan komisi 14 % ketika akumulasi Target Prestasi (TP) Pribadi & Group di atas 1000 PV sampai di bawah 2000 PV. Kemudian level ketiga mendapatkan komisi 17 % ketika di atas 2000 PV sampai di bawah 3000 PV. Menurut analisa penulis, komisi yang didapatkan Agen mulai dari 10 %, 14 % dan 17 % yang diberikan perusahaan kepada agen yang telah berhasil mencapai target adalah berdasarkan akad *ju'ālah*.

Praktik selanjutnya diterapkan dalam *Succes Plan* atau 5 keuntungan dasar Agen HNI HPAI, yaitu pemberian discount, bonus, royalti, promo dan agenstok. Perbedaan ke 5 keuntungan tersebut yaitu: keuntungan discount ketika seorang Agen melakukan belanja produk di AgenStok Halal Mart yang secara otomatis Agen mendapatkan discount meskipun belanja hanya 1 produk. Discount yang didapatkan yaitu 10 % sampai 33 % dengan harga produk yang ditetapkan dalam buku katalog produk, aplikasi HNI Mobile, brosur, dan website HNI. Adapun bonus adalah prestasi seorang agen ketika berhasil menjual produknya dalam satu bulan. Adapun royalti adalah pembagian keuntungan dari HNI HPAI kepada para Agen yang diambil dari Omset Poin Internasional dan dibagikan sesuai ketentuan yang berlaku. Royalti adalah hasil kerja agen HNI HPAI sedunia, agen dapat bagian (*sharing*) sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah diberikan perusahaan berdasarkan prestasi kerja masing-masing. Sebagai contoh apabila Agen belanja pribadi minimal 200 PV selama 3 bulan berturut-turut dan seterusnya minimal 200 PV setiap bulan, maka sejak bulan ke 3 dan seterusnya agen akan

mendapatkan discount + bonus + royalti. Adapun promo dihitung sejak bergabung sebagai Agen HPAI, seorang agen bisa langsung mengikuti dan mendapatkan berbagai promo marketing yang dikeluarkan secara berkala dan terbatas waktu oleh manajemen HPAI sesuai ketentuan yang ada. Adapun Agenstok adalah keuntungan tambahan bagi agen khusus bagi yang menjadi agenstok halal mart HPAI. Semakin tinggi status niaga agenstok, maka semakin besar nilai bonus agenstok. Semakin besar omset penjualan, maka semakin besar bonus agenstok. Dengan pilihan langkah awal terbaik adalah dengan menjadi *stock center* (SC) mendapatkan 11% atau menjadi *distribution center* (DC) mendapatkan 13%.

Kesesuaian HNI HPAI terhadap Hukum Ekonomi Syariah

Berikut adalah beberapa faktor yang penulis analisa, bahwa perusahaan HNI HPAI di dalam sistem kompensasi dan model pemasarannya sudah sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah, yaitu fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, tidak terdapat praktik riba dan juga tidak terdapat *Money Game*. *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan berbagi pendapatan dengan cara membagikan bonus dari perekrutan anggota baru yang telah menyetor dana kepada perusahaan atau kepada anggota yang telah merekrutnya, bonus yang diberikan adalah berasal dari uang pendaftaran sebagai anggota baru dan bukan dari hasil penjualan produk, jika ada produk yang dijual maka produk itu hanya merupakan *kamufalse* yang tidak mempunyai kualitas atau manfaat secara wajar. Dengan kata lain kegiatan utama *money game* adalah merekrut anggota dan mengumpulkan dana dari anggota, bukan menjual produk. *Money game* diharamkan karena memenuhi unsur *gharar*, *maysir* dan *mukhātarah* (Sahroni, 2019).

Money game merupakan kegiatan yang melanggar UU No 10/1998 Tentang Perbankan. Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa yang berhak melakukan pengumpulan dana masyarakat adalah bank, pasar modal dan asuransi. *Money game* yang dapat dikatakan sebagai bank ilegal yang melanggar pasal 46 ayat 1 dan dapat dikenakan sanksi pidana dengan penjara minimal 5 tahun maksimal 15 tahun serta denda minimal Rp 10 milyar maksimal Rp 200 (dua ratus) milyar (Santinawarti, 2018). Beberapa ciri *money game* yang membedakan dengan industri HNI HPAI adalah sebagai mana berikut:

- a. Perusahaan yang menjalankan *money game* tidak memiliki Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL). Mengacu kepada peraturan menteri perdagangan, perusahaan yang mengklaim sebagai MLM tetapi tidak memiliki SIUPL maka tidak dikategorikan sebagai MLM, dan pada umumnya masuk sebagai kategori *money game*. Sedangkan HNI HPAI memiliki SIUPL.
- b. Bea pendaftaran pada *money game* umumnya cukup mahal atau tidak relevan dengan kompensasi yang didapatkan oleh anggota saat mendaftar. Hal ini karena dalam *money game* uang pendaftaran akan dibagi-bagi oleh perusahaan, sebagian untuk perusahaan dan sebagian untuk anggota yang menjadi *upline* yang telah merekrut anggota baru (*dowline*). Berbeda dengan HNI HPAI, uang pendaftaran umumnya relatif murah atau sebanding dengan kompensasi yang didapatkan oleh anggota atas bea pendaftaran yang dikeluarkan (Boni, 2017).
- c. *Money game* pada umumnya menjanjikan keuntungan yang sangat besar dalam waktu singkat. Keuntungan yang demikian memang benar-benar terjadi pada sebagian member, khususnya member yang mendaftar lebih dahulu atau para member yang berada pada level lebih tinggi. Dapat dipastikan bahwa seseorang yang mendaftar lebih dahulu maka dia tidak dapat dikalahkan jumlah bonusnya oleh pihak yang mendaftar belakangan. Sedangkan HNI HPAI tidak demikian, siapa saja yang telah berhasil melakukan penjualan maka dia akan memperoleh keuntungan (Anita dalam Tambunan, 2021).
- d. Dalam HNI HPAI setiap orang hanya berhak untuk mendaftar satu kali saja dengan satu keanggotaan, karena yang terpenting dalam MLM adalah penjualan produk, sedangkan dalam *money game* seseorang boleh mendaftar lebih dari satu kali dan boleh memiliki beberapa keanggotaan.
- e. Bonus yang diberikan oleh *money game* berasal dari uang pendaftaran atau iuran para anggota, sedangkan HNI HPAI bonus yang diberikan perusahaan berasal dari keuntungan penjualan produk.
- f. HNI HPAI bertujuan untuk menjual produk, tujuan utama dalam MLM adalah menjual produk, dengan menjual produk seseorang akan mendapatkan keuntungan, baik keuntungan langsung maupun bonus penjualan yang akan diberikan oleh perusahaan, sedangkan *money game* tidak bermaksud menjual produk, yang menjadi tujuan dalam *money game* hanyalah kompensasi moneter atau mendapatkan imbalan berupa uang yang didapatkan ketika seseorang dapat menarik orang lain untuk masuk ke dalam organisasi yang mereka bentuk (Kholis, 2021).

- g. Perusahaan yang bergerak di bidang *Money game* tidak diterima sebagai anggota APLI. Sedangkan HNI HPAI sudah tercatat sebagai anggota APLI.
- h. HNI HPAI menawarkan keuntungan sesuai dengan proporsi barang yang diperjualbelikan sedangkan *money game* menawarkan keuntungan yang tidak wajar. Hal ini karena kegiatan *money game* adalah menghimpun dana masyarakat, bukan untuk melakukan penjualan produk.
- i. Apabila kegiatan perekrutan dihentikan, maka dipastikan perusahaan akan bangkrut dan gagal membayar bonus kepada para member (Hana, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, bahwa bisnis HNI HPAI tidak termasuk dalam ciri-ciri *money game*. *Money game* tidak mempunyai ijin SIUPL, biaya pendaftaran yang begitu mahal, keuntungan bukan hasil prestasi namun hasil dari banyaknya perekrutan dan menjanjikan keuntungan yang sangat besar dalam waktu singkat. *Money game* dilarang secara syariat dan hukum positif karena bisa merugikan orang banyak.

Adapun Perusahaan HNI HPAI tidak terdapat *money game* dan riba pada HNI HPAI model *Marketing/Succes Plan* tidak ada eksploitasi, biaya dan syarat bergabung yang begitu mudah, Tidak ada *excessive price*, tidak ada pemaksaan dalam belanja, tidak memberatkan, tidak kehilangan hak dasarnya, tidak turun level kepangkatannya, tidak kehilangan hak usahanya. tidak ada 2 akad dalam 1 akad, berbasis pada penjualan produk bukan pada perekrutan. Perusahaan HNI secara ijin juga telah mendapatkan sertifikasi APLI dan DSN MUI.

KESIMPULAN

Berdasarkan beberapa paparan dan bahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran berjenjang HNI HPAI dalam sistem kompensasi dan model *networking*-nya tidak ditemukan adanya praktik *ribawī* dan *money game*. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa: Bisnis HNI HPAI memberikan peluang yang sama kepada semua member untuk mendapatkan keuntungan, tanpa dipengaruhi kapan bergabung untuk menjadi member/agen. Semua kepangkatan HNI HPAI sifatnya abadi, dan tidak ada istilah turun pangkat meskipun sudah lama tidak aktif. Adanya Pengawasan yang lebih baik dari Dewan Pengawas Syariah pada pada bisnis HNI HPAI. Pada praktik HNI HPAI tidak ditemukan adanya praktik ribawi yang disebabkan adanya dua akad dalam satu transaksi yang diharamkan oleh syariah, yang ada adalah 2 akad yang terpisah, akad jual beli terpisah dengan akad *ju'alah* dan pendaftaran HNI HPAI juga tidak disyaratkan adanya kewajiban untuk membeli membeli produk terlebih dahulu.

Pemasaran Berjenjang/MLM HNI HPAI secara operasional sudah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah serta telah merujuk terhadap fatwa No. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, baik itu dari segi akad maupun dari segi persyaratan dan ketentuan. Akad-akad yang digunakan oleh perusahaan HNI HPAI yaitu, akad *murābahah*, akad *wakālah bi al ujah*, dan akad *ju'alah*. Praktik akad *murābahah* pada HNI HPAI yaitu ketika agen membeli kepada agenstok kemudian dijual kembali kepada konsumen, dan agen mendapatkan keuntungan langsung (diskon). Praktik akad *wakālah bi al ujah* diterapkan dalam jenjang karir bisnis HNI HPAI, di mana perusahaan HPAI sebagai muwakkil dan member sebagai wakil. Komisi/*ujrah* yang didapatkan oleh member berbeda-beda sesuai pangkat dan prestasi masing-masing. Praktik *wakālah bi al ujah* juga diterapkan ketika *leader* telah berhasil melakukan pembinaan kepada *member/level* bawhaannya. Praktik *ju'alah* diterapkan pada 5 keuntungan dasar agen HNI HPAI atau dikenal *Success Plan* HNI-HPAI, yaitu diskon, bonus pribadi dan grup, royalti, promo, dan agenstok.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, A. (2018). *Bank islam: Analisis fiqih dan keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astriani, S. A. (2018). Prinsip dan kriteria pemilihan media pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Pedagogik*, 1(2), 1–13. https://www.researchgate.net/publication/326138977_prinsip_dan_kriteria_pemilihan_media_pembelajaran
- Boni, Y. (2017). *Apa salah MLM? Sanggahan 22 pengharaman mlm*. Pustaka Al-Kautsar.
- Ferly, O. (2015). Childhood, autobiography and the francophone caribbean by Louise Hardwick. *L'Esprit Créateur*, 55(3), 152. <https://muse.jhu.edu/article/593806>

- Hana, S. (2018). *Perlindungan hukum nasabah Koperasi simpan pinjam Pandawa mandiri group pasca pernyataan pailit menurut hukum positif dan hukum Islam (Thesis)*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43873>
- Harefa, S. (2021). House ownership financing: sharia economic perspective. *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 3(2), 195–210. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2021.3.2.11797>
- Harizan, H. (2017). Upaya preventif berkembangnya money game di Indonesia. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Perbankan Islam*, 2(1), 80–101. <https://doi.org/10.32923/asy.v2i1.592>
- Hasanudin, H. (2020). The effect of ownership and financial performance on firm value of oil and gas mining companies in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(5), 103-109. <https://www.econjournals.com.tr/index.php/ijeeep/article/view/9567>
- Islamiyah, F. (2018). *Status bonus dalam sistem penjualan langsung berjenjang Syariah: Studi komparasi fatwa DSN-MUI no. 75/DSN-MUI/VII/2009 dan Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim (Thesis)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/11857>
- Kholis, N. (2021). *Asuransi syariah di indonesia: Konsep dan aplikasi, serta evaluasinya*. Farha Pustaka. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/36136>
- Rabbani, F. M., & Nawirah, N. N. (2018). Determinan margin keuntungan produk pembiayaan murabahah. *EL DINAR: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 6(2), 112–127. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/eldinar/article/view/5750>
- Sahroni, O. (2019). *Fikih mumalah kontemporer*. Penerbit Republika.
- Santinawarti, S. (2018). *Tinjauan yuridis pertanggungjawaban pidana terhadap pelaku tindak pidana perjudian online*. Prodi Ilmu Hukum. <http://repository.upbatam.ac.id/4410/>
- Sofwan, R. D. (2019). *Analisis kepuasan konsumen menggunakan metode modified servqual (Studi kasus di Waroeng Spesial Sambal SS) (Thesis)*. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/17807>
- Sugiyono, F. (2020). Review buku-fatwa ulama Indonesia dan timur tengah mengenai multi level marketing (MLM). *Al-Mawarid Jurnal Syariah san Hukum (JSYH)*, 2(2). <https://journal.uui.ac.id/JSYH/article/view/19081>
- Tambunan, R. E. (2021). *Pemberian motivasi oleh Kepala BC (business center) HNI-HPAI (halal network international herba penawaral wahida Indonesia) kepada konsumen di Kota Padangsidimpuan*. IAIN Padangsidimpuan. <https://etd.uinsyahada.ac.id/6564/>
- Tanjung, M. R. (2016). *Faktor-faktor yang mendorong PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. kantor cabang pembantu sibuhuan menggunakan akad murabahah dalam pembiayaan produktif (Thesis)*. IAIN Padangsidimpuan. <https://etd.uinsyahada.ac.id/286/>
- Yusuf, E. M. (2018). *Analisis hukum islam terhadap jual beli online secara dropshipping (Studi kasus di Toko Online Syafa Onshop) (Thesis)*. IAIN Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/25461/>