

**PRAKTIK *MULTI LEVEL MARKETING* PADA BISNIS  
*HERBALIFE* DI *NUTRITION CLUB ANNISA CERIA*  
KOTA PALU DALAM PERSPEKTIF  
HUKUM EKONOMI SYARIAH**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah,  
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

**Oleh:**

**YUNIATI SIDIKI**  
**NIM 19.3.07.0022**

**FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU  
2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 03 April 2023 M  
12 Ramadhan 1444 H

Penyusun,



Yuniati Sidiki


NIM. 19.3.07.0022

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

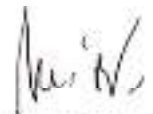
Skripsi yang berjudul "Praktik *Multi Level Marketing* Pada Bisnis *Herbalife* Di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" oleh Yuniati Sidiki NIM 19.3.07.0022, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 21 Maret 2023 M  
05 Ramadhan 1444 H

### PEMBIMBING I

  
Dr. Ulav, S.Ag., M.S.I  
NIP. 19700720 199903 1 008

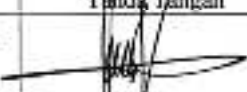
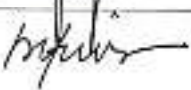


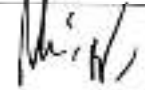
### PEMBIMBING II

  
Dra. Murniati Ruslan, M.Pd.I  
NIP. 19690124 200312 2 002

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i) Yuniati Sidiki, NIM. 193070022 dengan judul "Praktik *Multi Level Marketing* Pada Bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" yang diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 14 April 2023 M. yang bertepatan dengan tanggal 23 Ramadhan 1444 H. dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Sitti Musyhidah, M.Th.I.	
Penguji Utama I	Drs. Saproddin, M.H.I.	
Penguji Utama II	Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I.	
Pembimbing I	Dr. Ubay., S.Ag., M.SI.	
Pembimbing II	Dra. Murni Ruslan., MPd.L.	

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Syariah  
Dr. Ubay., S.Ag., M.SI.  
NIP. 19700720 199903 1 008

Ketua Prodi  
Hukum Ekonomi Syariah  
  
Drs. H. Suhri Hanafi, M.H.  
NIP. 19700815 200501 1 009

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ  
وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah swt karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Praktik *Multi Level Marketing* Pada Bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Shalawat serta salam junjungan kepada Nabi Besar Muhammad saw yang telah menyampaikan petunjuk dari Allah swt berupa ajaran agama islam yang sempurna dan satu-satunya karunia paling besar bagi seluruh alam semesta.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Penulis menyadari bahwa dukungan, bantuan, serta doa yang diberikan oleh berbagai pihak sangat berarti hingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Dan penulis juga yakin bahwa tidak ada yang dapat menolong kecuali atas izin dan kehendak dari Allah swt. Sehingga dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya baik secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Pertama-tama penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang ikhlas dan penuh hormat kepada kedua orang tua saya Ayahanda Tjipto Sidiki (Alm) dan Ibunda Saharia DJ Sugau yang sangat saya sayangi dan cintai, yang selalu mendoakan dan mensupport serta mendidik, hingga begitu banyak berkorban dalam hal pendidikan penulis sampai ke jenjang perguruan tinggi ini. Serta tak lupa pula rasa terima kasih ini kepada kakak-kakak dan ponakan saya yaitu Saswito Sidiki, Ratno Sidiki, Hardi

Sidiki, Nirmala Paputungan, Dhita Andriani, dan Muh. Zaidan Ibrahim yang selalu memberikan motivasi dan selalu meluangkan waktu dalam membantu penulis dalam segala hal. Insya Allah kita semua selalu berada dalam keridhaan Allah swt.

2. Bapak Prof. Dr. H. Saggaf S. Pettalongi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Prof. Dr. H. Abidin, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Kamarudin, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Mohamad Idhan, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta segenap unsur pimpinan yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Bapak Dr. Ubay, S.Ag., M.SI. selaku Dekan Fakultas Syariah, Bapak Dr. M. Taufan B. S.H., M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Ibu Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Serta Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerja Sama.
4. Bapak Drs. H. Suhri Hanafi, M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) dan Ibu Nadia, S.Sy., M.H. selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).
5. Bapak Dr. Ubay, S.Ag., M.SI. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Murniati Ruslan, M.Pd.I. selaku Dosen Pembimbing II yang begitu ikhlas dalam membimbing dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai harapan.

6. Ibu Dra. Murniati Ruslan, M.Pd.I. selaku Dosen Penasehat Akademik yang dengan ikhlas dan selalu meluangkan waktunya dalam membantu penulis baik pada peulisan skripsi maupun selama masa perkuliahan.
7. Bapak serta Ibu Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang dengan sabar, ikhlas, serta tulus dalam memberikan ilmu pengetahuan dan nasehat kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Staff Akademik Dan Umum Fakultas Syariah yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama palu yaitu Bapak Rifai, S.E., M.M dan Para Staff Perpustakaan yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku sebagai referensi sehingga memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
10. Owner dari *Nutrition Club Annisa Ceria* yaitu Ibu Santi dan Bapak Ridwan, serta para *Costumer Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya untuk memberikan informasi kepada penulis.
11. Teman-teman Angkatan 2019 serta Kakak-kakak Senior Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) yang selalu memberikan semangat dan memberikan pengalaman kepada penulis hingga dapat terselesaikan penelitian ini dengan baik.
12. Sahabat-sahabat saya yang tentunya tak henti-henti mensupport, memberikan semangat, dan begitu banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan tepat waktu.

Semoga seluruh dukungan, bantuan, serta doa yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal shaleh sehingga mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah swt. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan didalam

penyusunan skripsi ini sehingga apabila terdapat kesalahan, penulis mengharapkan koreksi, saran, serta kritikan yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).

**Palu, 13 Maret 2023**

**Penulis**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Penegasan Istilah (Definisi Operasional) .....	8
E. Garis-Garis Besar Isi .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	13
1. Teori <i>Multi Level Marketing</i> .....	13
2. <i>Multi Level Marketing</i> Syariah.....	19
3. Akad Jual Beli ( <i>Al-Ba'i</i> ).....	25
4. Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) .....	29
5. Pandangan Ulama Terkait Hukum <i>Multi Level Marketing</i> .....	32
6. <i>Herbalife Nutrition</i> .....	35
C. Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Pendekatan dan Desain Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian .....	37
C. Kehadiran Peneliti .....	38
D. Data dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data .....	39
F. Teknik Analisis Data .....	40
G. Pengecekan dan Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Sejarah <i>Herbalife Nutrition</i> .....	42
B. Praktik <i>Multi Level Marketing</i> di Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu.....	43
C. Praktik <i>Multi Level Marketing</i> pada bisnis <i>Herbalife</i> di Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.....	56

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>69</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

1. Penjelasan Jenjang Karir <i>Nutrition Club</i> Annisa Ceria .....	49
2. Penjelasan Mengenai Penghasilan <i>Nutrition Club</i> Annisa Ceria.....	50
3. Jumlah Costumer dan Member di <i>Nutrition Club</i> Annisa Ceria.....	52
4. Produk Yang Dijual <i>Nutrition Club</i> Annisa Ceria .....	53
5. Hasil Analisis Berdasarkan Akad Jual Beli .....	57
6. Hasil Analisis Berdasarkan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah.....	59
7. Hasil Analisis Mengenai Pendapatan <i>Nutrition Club</i> Annisa Ceria .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Sistem Matahari.....	47
Gambar 1.2 Sajian Produk Herbalife .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara.....	69
2. Daftar Harga Produk <i>Herbalife</i> .....	70
3. Jenjang Karir Bisnis <i>Herbalife</i> .....	71
4. Produk Yang Dijual di <i>Nutrition Club Annisa Ceria</i> .....	72
5. Gambar <i>Owner Dan Costumer</i> Setelah Mengonsumsi <i>Herbalife</i> .....	74
6. Brosur Promosi Produk <i>Herbalife</i> di <i>Nutrition Club Annisa Ceria</i> .....	75
7. Sertifikat <i>Herbalife</i> Sebagai Tanda Keanggotaan APLI.....	76
8. Fatwa Dewan Syariah Nasional No:75/DSN MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) .....	77
9. Surat Izin Penelitian .....	85
10. Surat Balasan Izin Penelitian .....	86
11. Lembar Pengajuann Judul Skripsi.....	87
12. Dokumentasi Wawancara <i>Owner Nutrition Club Annisa Ceria</i> .....	88
13. Dokumentasi Wawancara <i>Costumer Nutrition Club Annisa Ceria</i> .....	89
14. Data Informan .....	91

## ABSTRAK

**Nama penulis : Yuniati Sidiki**

**NIM : 19.3.07.0022**

**Judul Skripsi: Praktik Multi Level Marketing Pada Bisnis Herbalife Di Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

---

Skripsi ini membahas tentang sistem pemasaran *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana sistem pemasaran *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu?, dan apakah sesuai dengan hukum ekonomi syariah?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui serangkaian wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, lalu data akan dianalisis dengan mereduksi data, yaitu memilih dan memilah data yang dibutuhkan dalam penelitian, setelah itu data disajikan dalam bentuk narasi, dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan dari data tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam praktik bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu ada yang sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu halal dari segi kandungan produk maupun cara perolehannya, masalah dari segi ilmu yang diberikan perusahaan kepada distributor melalui training bisnis dan manfaat produk terhadap para konsumen, kebebasan bertransaksi dari segi akad jual beli yang terpenuhi, kerja sama dari segi mengatur strategi penjualan yang dilakukan dalam organisasi, serta amanah dari segi produk yang dijual kepada konsumen. Sementara di antara prinsip tersebut yang tidak sesuai yaitu prinsip transparansi dari segi pembayaran iuran *member* setiap tahun dan prinsip keadilan dari segi volume point yang harus dikumpulkan oleh distributor. Dan dari ketiga jenis pendapatan yang diperoleh, pendapatan royalti yang mengandung adanya unsur riba.

Dalam hal ini pihak perusahaan maupun para distributor *herbalife* harus lebih memperhatikan sistem pemasaran *multi level marketing* yang digunakan untuk selalu mengedepankan prinsip syariah dan menghindari unsur yang dapat melanggar prinsip syariah tersebut. Agar usaha yang dijalankan dapat bermanfaat baik bagi para distributor, costumer, maupun perusahaan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. *Latar Belakang Masalah*

Islam adalah agama Allah swt yang di dalamnya mengatur segala aspek kehidupan umat manusia, termasuk kegiatan ekonomi yang harus tetap dalam bingkai akidah dan syariat Islam. Sehingga prinsip-prinsip syariat Islam harus diterapkan dalam kehidupan sehari-sehari secara menyeluruh.<sup>1</sup> Kegiatan ekonomi sendiri masuk dalam kategori muamalah, yang mana setiap umat manusia berinteraksi satu sama lain untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing termasuk di dalam dunia bisnis. Di dalam sebuah bisnis, Islam mengajarkan adanya saling menguntungkan dan apa yang diperjualbelikan sebagai objek transaksi harus jelas. Sebagaimana Allah swt berfirman dalam Q.S.An-Nisa/4:29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Sri Mahargiyantie, “PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP EKONOMI SYARIAH” 1, no.1 (2020): 6–14.<http://jurnal.umika.ac.id/index.php/almisbah/article/view/76/270.6>.(diakses 9 Juli 2022).

<sup>2</sup>Jajasan Penjelenggara Penterdjemah/Pentafsir Al-Qoeraan (1967) / Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur’an (2016-2019), *Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 1-10* (cet.I; Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), <https://pustakalajnah.kemendagri.go.id/detail/135>.

Seiring dengan adanya perkembangan zaman yang kian waktu semakin berkembang, membuat dunia bisnis mulai berinovasi. Sistem pemasaran yang saat ini marak dan diminati oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yaitu sistem pemasaran *multi level marketing*. Sistem pemasaran *multi level marketing* merupakan sistem pemasaran yang memiliki banyak jenjang, memanfaatkan para jaringan distributornya untuk melakukan penjualan langsung (*direct selling*), yang mana di dalamnya terdapat jaringan distributor atas atau *upline*. Jaringan distributor atas tersebut nantinya tidak hanya mendapatkan komisi dari hasil penjualan produk yang diraih pada garis kemitraannya tetapi juga mendapatkan bonus atas perekrutan anggota baru yang ikut bergabung ke dalam bisnis. Anggota baru tersebut yang akan menjadi jaringan distributor di bawahnya disebut sebagai *downline*. Sehingga antara jaringan distributor atas (*upline*) dan jaringan distributor di bawahnya (*downline*) menjadi satu *network marketing*.

Yang melatarbelakangi sebelum adanya *multi level marketing* adalah *direct selling* yang didirikan oleh Dave Mc Connel pada tahun 1886 di New York yang beroperasi pada *The California Perfume Company*. Dengan mempekerjakan Mrs. Albee sebagai *California Perfume Lady* dengan sistem penjualan langsung kepada konsumen dari rumah ke rumah. Kemudian pada tahun 1939 Mrs. Albee dianggap sebagai pioneer metode *direct selling* dan perusahaan ini berganti nama menjadi Avon. Sehingga istilah *multi level marketing* sendiri pertama kali ditemukan pada tahun 1934 oleh dua orang professor pemasaran dari Universitas Chicago pada perusahaan *Nutriline*. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan pertama yang menjalankan bisnisnya dengan konsep *multi level marketing*, produk pertama yang ditawarkan di dalam perusahaan ini adalah vitamin dan makanan tambahan. Pada tahun 1959 konsep bisnis *multi level marketing* dikembangkan serta disahkan di Michigan, Amerika Serikat secara



hukum melalui *Amway Corporation*. *Multi level marketing* terus mengalami perkembangan hingga sekarang sampai merambah pada sekitar 70 negara di dunia termasuk di Indonesia.<sup>1</sup>

Salah satu bisnis yang menggunakan sistem pemasaran ini adalah bisnis *Herbalife*. Perusahaan *Herbalife* adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk kesehatan yaitu produk nutrisi pengganti makanan, tidak hanya itu ada produk lainnya yang berguna dalam menjaga imunitas tubuh, dan juga produk perawatan kulit.

Perusahaan *Herbalife* didirikan oleh Mark Hughes pada tahun 1980 di Los Angeles, California. Filosofi utama dari *Herbalife Nutrition* adalah menyediakan akses nutrisi yang dipersonalisasi bagi jutaan orang di seluruh dunia hingga lebih relevan dibandingkan dengan saat pertama kali perusahaan ini didirikan. Sehingga sudah lebih dari 90 negara dengan 8.000 lebih karyawan di seluruh dunia *Herbalife Nutrition* beroperasi saat ini.<sup>2</sup>

*Herbalife* menjadi anggota penting dari Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Yang mana APLI ini merupakan satu-satunya anggota yang telah diakui oleh Federasi Penjualan Langsung Internasional/*World Federation Of Direct Selling Association* (WFDSA) dimana setiap negara WFDSA hanya menerima satu Asosiasi *Direct Selling/Multi Level Marketing* sebagai anggota untuk mengatur industri ini secara hukum. Sehingga memastikan bahwa para jaringan distributor menjunjung tinggi etika bisnis dan memberikan layanan

---

<sup>1</sup>Anita Rahmawaty, "BISNIS MULTILEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF ISLAM" (n.d.): 68–83. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/716.72-73>.(diakses 09 Juli 2022).

<sup>2</sup>PT. Herbalife Indonesia, "*HERBALIFE NUTRITION*" Mei, last modified 2021, <https://www.herbalife.co.id>. (diakses 13 Juli 2022).

terbaik bagi pelanggan mereka.<sup>3</sup> Agar dapat menjangkau para pelanggan dengan melakukan penjualan langsung para member *Independen Herbalife Nutrition* sebagai jaringan distributor dapat membuka *Nutrition Club* atau biasa disebut rumah sehat.<sup>4</sup>

*Nutrition club* yaitu tempat untuk melakukan penjualan langsung produk-produk *Herbalife* serta pembinaan terhadap member yang disponsorinya. Salah satunya adalah *Nutrition Club Annisa Ceria* di Kota Palu. Club Annisa Ceria merupakan identitas dari tempat penjualan produk-produk *Herbalife* yang dijalankan oleh member yang bersangkutan. Pemilik dari Club Annisa Ceria bernama Ibu Santi, ia menggeluti bisnis ini sudah sekitar 8 tahun karena menganggap dapat memberikan keuntungan sesama anggota jaringan pemasarannya. Pada bisnis *Herbalife* memiliki 11 level ke atas dengan hak diskon pembelian (profit retail) yang akan diberikan oleh perusahaan sesuai dengan levelnya mulai dari 25% sampai dengan 50%. Berikut tahapan level pada bisnis *Herbalife* antara lain: level ke-1 *Member*, level ke-2 *Senior Consultant*, level-3 *Success Builder*, level ke-4 *Qualified Producer*, level ke-5 *Supervisor*, level ke-6 *World Team*, level ke-7 *Global Expansion Team*, level ke-8 *Millionaire Team*, level ke-9 *President Team*, level ke-10 *Chairman's Club*, level ke-11 *Founder's Circle*. Mitra usaha dari *Nutrition Club Annisa Ceria* ini telah mencapai level ke-7 sebagai *Global Expansion Team*. Agar bisa naik level setiap *member* harus mencapai target Volume Point (VP) sesuai kualifikasi level tersebut.<sup>5</sup> Dengan kata lain, VP menjadi ukuran kesuksesan jenjang karir para jaringan distributor.

---

<sup>3</sup>PT. Herbalife Indonesia, "Meraih Peluang Bersama Herbalife" (Jakarta Selatan, n.d.), <http://edge.myherbalife.com>.

<sup>4</sup>PT. Herbalife Indonesia, "HERBALIFE NUTRITION."

<sup>5</sup>Santi, Pemilik *Nutrition Club Annisa Ceria*, Kota palu, wawancara oleh penulis di Palu, 20 juni 2022.

Volume point (VP) merupakan poin yang dimiliki dari setiap produk *Herbalife* dan digunakan untuk perhitungan kualifikasi jenjang karir maupun perolehan pendapatan. Volume point didapatkan ketika melakukan pembelian produk langsung ke kantor *Herbalife* terdekat yang ada di daerah masing-masing. Jadi semakin banyak melakukan pembelian produk maka semakin banyak pula poin yang akan diperoleh para jaringan distributor. Akan tetapi semakin tinggi level maka semakin banyak target poin atau VP yang harus dicapai.<sup>6</sup> Otomatis modal yang akan dikeluarkan untuk melakukan pembelian produk juga akan semakin banyak. Sedangkan untuk memperoleh keuntungan dari produk tersebut para jaringan distributor harus menjual kembali produk. Penjualan yang akan dilakukan menjadi tantangan tersendiri lagi bagi mereka, karena produk yang mereka tawarkan bukanlah produk yang murah sehingga bagaimana usaha dan *skill* yang mereka miliki supaya produk yang mereka tawarkan membuat orang tertarik untuk membelinya. Sebab, jika produk tidak laku terjual atau bahkan sampai kadaluwarsa maka mereka sendiri juga yang akan merasakan kerugiannya. Dengan adanya volume point sebagai target yang harus dicapai oleh setiap jaringan distributor dapat menimbulkan unsur ketidakadilan.

Dari latar belakang yang dijelaskan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Praktik *Multi Level Marketing* Pada Bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Terkait strategi pemasaran *multi level marketing* yang dijalankan pada bisnis tersebut dan apakah pelaksanaan praktik *multi level marketing* pada bisnis tersebut sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

---

<sup>6</sup>Ibid.

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana sistem pemasaran *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu*?
2. Apakah pelaksanaan praktik *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu* sesuai dengan hukum ekonomi syariah?

**C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan dalam penelitian ini adalah:
  - a. Untuk memahami sistem pemasaran *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu*.
  - b. Untuk memahami hukum ekonomi syariah mengenai pelaksanaan praktik *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria*.
2. Kegunaan penelitian ini adalah:
  - a. *Secara teoritis*

Diharapkan penelitian ini berguna dalam pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah terutama di dalam kegiatan ekonomi yang banyak dijalankan oleh perusahaan yaitu sebuah sistem pemasaran *multi level marketing*. Teori tentang *multi level marketing* yang dikaji melalui ilmu hukum ekonomi syariah tersebut dapat memberikan kajian ilmu terhadap bisnis *Herbalife* yang menggunakan sistem pemasaran *multi level marketing*. Sehingga dari penelitian ini nantinya dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi bahan referensi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bisnis *Herbalife*.

b. *Secara praktis*

1). Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam sistem pemasaran *multi level marketing* yang dijalankan pada bisnis *Herbalife* dengan menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah sehingga menjadi sarana yang bermanfaat.

2). Bagi pelaku usaha

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan para *member* tentang bisnis *Herbalife* yang menggunakan sistem pemasaran *multi level marketing* dimana akan dikaji melalui perspektif hukum ekonomi syariah. Sehingga para *member* mengetahui hukum ekonomi syariah dari bisnis yang dijalanannya sesuai syariat islam.

3). Bagi perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan agar masyarakat sebagai mitra usaha yang menjalankan bisnis *Herbalife* menggunakan sistem pemasaran *multi level marketing* dapat menjalankan sebuah bisnis yang sehat, sesuai syariat islam, dan dapat menguntungkan satu sama lain sehingga membawa kemaslahatan.

4). Bagi pembaca

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang *multi level marketing* khususnya yang dijalankan pada bisnis *Herbalife* yang akan dikaji melalui perspektif hukum ekonomi syariah sehingga dapat menjadi bahan acuan dalam mempelajari bidang ilmu ini.

**D. Penegasan Istilah/Definisi Operasional**

1. *Multi level* adalah sebuah strategi pemasaran dengan memiliki banyak jenjang yang dilakukan oleh pelaku usahanya yang mana didalamnya ada yang disebut sebagai jaringan distributor atas (*upline*) dan jaringan distributor dibawahnya (*downline*).
2. *Marketing* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menawarkan produk barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari promosi, penjualan, sampai pada pengiriman.
3. *Multi level marketing* adalah sistem pemasaran berjenjang dengan penjualan langsung yang mana sistem ini memanfaatkan pelanggannya sebagai jaringan distributor yang terdiri dari *upline* dan *downline*, sehingga tidak hanya sekedar menjadi pelanggan tetapi juga sebagai tenaga pemasar.
4. Bisnis *Herbalife* adalah sebuah perusahaan yang menawarkan produk kesehatan yaitu *suplemen food* atau nutrisi pengganti makanan, produk-produk yang berguna menjaga imunitas tubuh, serta produk perawatan kulit.
5. Perspektif hukum ekonomi syariah adalah melakukan penelitian praktik *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* berdasarkan sudut pandang hukum ekonomi syariah.

**E. Garis-Garis Besar Isi**

1. Bab I adalah bab yang membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah atau definisi operasional, dan garis-garis besar isi.
2. Bab II adalah bab yang membahas tentang penelitian terdahulu, kajian teori yang meliputi: teori *multi level marketing*, *multi level marketing*

syariah, akad jual beli (*Al-Ba'i*), Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia tentang penjualan langsung berjenjang syariah, pandangan ulama mengenai hukum dari *multi level marketing*, serta penjelasan terkait perusahaan *Herbalife Nutrition*. Dan kerangka pemikiran.

3. Bab III adalah bab yang membahas tentang metode penelitian yang digunakan antara lain pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.
4. Bab IV adalah bab yang membahas tentang sejarah *Herbalife Nutrition*, praktik *multi level marketing* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu*, dan praktik *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu* menurut perspektif hukum ekonomi syariah.
5. Bab V adalah bab yang membahas tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. *Penelitian Terdahulu*

Berikut penelitian yang relevan dengan penelitian ini:

1. Penelitian skripsi Nurul Wahida tahun 2019 yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Penjualan Berjenjang Pada *PayTren* PT.Veritra Sentosa Internasional Bandung (Studi Mitra *PayTren* di Palu)”. Hasil dari penelitian ini adalah sistem penjualan berjenjang *PayTren* di Palu sudah hampir memenuhi ketentuan penjualan dalam hukum ekonomi syariah yaitu terpenuhinya rukun serta syarat dalam jual belinya, tidak terdapat unsur *maysir*, *maksiat*, ataupun *money game*. Tidak ada penjualan produk yang berlebihan yang dapat merugikan konsumen, perusahaan juga memberikan *ujrah* sesuai kerja nyata yang dilakukan oleh mitra usaha, dan tidak adanya bonus pasif. Namun, masih ada unsur riba dan *gharar* serta juga perusahaan belum sepenuhnya memberikan kenyamanan bagi mitranya yang membuat kerugian disatu pihak.

Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah memiliki topik yang sama yaitu mengenai penjualan langsung berjenjang atau dapat dikatakan *multi level marketing*, yang mana *multi level marketing* adalah strategi pemasaran berjenjang dengan penjualan langsung yang memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan pemasarannya. Akan tetapi yang menjadi perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah fokus penelitian terdahulu yaitu pada bisnis *PayTren*, yang mana bisnis ini menawarkan produk berupa jasa pembayaran melalui aplikasi sedangkan fokus penelitian penulis



yaitu pada bisnis *Herbalife*, bisnis ini menawarkan produk kesehatan yang dikonsumsi serta pada bisnis *Herbalife* terdapat adanya volume point (VP) yang menjadi target setiap jaringan distributor yang harus dicapai sehingga dapat menimbulkan unsur ketidakadilan.<sup>1</sup>

2. Penelitian jurnal Yosy Arik, Putri Lestari dan Khusniati Rofiah tahun 2020 yang berjudul “Bisnis *Herbalife Nutrition Club* Cupid Ceria Perspektif Fatwa DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009”. Hasil dari penelitian ini adalah harga produk *Herbalife* tidak mengikuti Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS karena termasuk dalam kategori *mark-up* berlebihan karena harga produk relatif tinggi dan tidak sesuai dengan bagi hasil, royalti dalam sistem bonus *Herbalife* sepenuhnya mengikuti Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS karena bonus merupakan hasil kerja nyata, besarnya tepat, bukan pendapatan pasif dan tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan, dan royalti dalam bisnis *Herbalife* juga mengikuti Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang PLBS yang tidak termasuk dalam kategori *ighra'* karena pada awalnya pengusaha tidak langsung tertarik dengan bonus dalam bisnis ini tetapi hanya tertarik pada hasil produk yang ingin mereka capai.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah keduanya membahas mengenai *multi level marketing* pada bisnis *Herbalife*. Akan tetapi yang menjadi perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah perspektif yang digunakan di dalam penelitian dan juga terdapat perbedaan pada pemasalahan yang

---

<sup>1</sup>Nurul Wahida, “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Penjualan Berjenjang Pada PayTren PT.Veritra Sentosa Internasional Bandung (Studi Mitra PayTren Di Palu)*” (Institut Agama Islam Negeri Datokarama Palu, 2019).

diteliti. Permasalahan penelitian terdahulu adalah pertama harga produk yang relatif mahal, kedua penghasilan secara pasif melalui royalti yang diberikan dua tingkat *downline* di bawahnya dari tiga tingkat *downline* yang diterima karena yang diberikan pembinaan secara langsung hanya *member* pertama dibawahnya sedangkan untuk *member* kedua dan ketiga tidak diberikan pembinaan, ketiga royalti yang diberikan perusahaan pada level empat ke atas termasuk dalam kategori *ighra*'. Sedangkan permasalahan yang diteliti oleh penulis adalah terdapat adanya volume point (VP) yang menjadi target setiap jaringan distributor yang harus dicapai sehingga dapat menimbulkan unsur ketidakadilan.<sup>2</sup>

3. Penelitian skripsi M. Akrom Mizan tahun 2018 “Pandangan Dosen Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang Tentang *Multi Level Marketing* (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah”. Hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya menurut Pandangan Dosen Fakultas Syariah Dan Hukum yang diwawancarai menganggap transaksi *multi level marketing* atau MLM hukumnya haram. Karena, MLM dibidang lebih ribet dan sistem bonus yang dijanjikan hanya anggota yang bergabung lebih awal saja yang banyak mendapatkan bonus. Dan perspektif hukum ekonomi syariah terhadap bisnis *multi level marketing* adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya *mubah* (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.

---

<sup>2</sup>Yosy Arik, Putri Lestari, dan Khusniati Rofiah, “*BISNIS HERBALIFE NUTRITION CLUB CUPID CERIA PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009 (Herbalife Nutrition Club Cupid Ceria Business Practices Perspective DSN MUI Fatwa No.75 / DSN MUI / VII/2009)*”1,no.2(2021):1–16. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/invest/article/view/2663>. (diakses 15 Juli 2022).

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas mengenai *multi level marketing*, yang mana *multi level marketing* adalah strategi pemasaran berjenjang dengan penjualan langsung yang memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan pemasarannya. Akan tetapi yang menjadi perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya membahas terkait pandangan mengenai *multi level marketing* itu sendiri. Sedangkan penelitian ini lebih membahas tentang implementasi dari *multi level marketing* terhadap sebuah bisnis yaitu bisnis *Herbalife* yang menggunakan sistem pemasaran ini.<sup>3</sup>

## **B. Kajian Teori**

### **1. Teori Multi Level Marketing**

Secara etimologi *multi level marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris *multi* berarti “banyak” sedangkan *level* berarti “jenjang atau tingkat”. Dan *marketing* berarti “pemasaran”. Secara substansi *multi level marketing* dapat diartikan pemasaran yang memiliki banyak tingkat atau jenjang. Sehingga disebut “*multi level*” karena suatu organisasi distributor yang menjalankan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkat.<sup>4</sup>

*Multi level marketing* digerakkan dengan jaringan pemasaran, baik itu *vertical* (atas-bawah) atau *horizontal* (kiri-kanan). Makanya pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level dikenal dengan istilah *upline* (tingkat atas) dan *downline* (tingkat bawah). Seorang member akan menjadi *upline*

---

<sup>3</sup>Mizan Akrom, “Pandangan Dosen Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang Tentang Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi” (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018). <http://eprints.radenfatah.ac.id/id/eprint/2648>.(diakses 15 Juli 2022).

<sup>4</sup>Andrias Harefa, “Multi Level Marketing,” in *Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), 145.77.(diakses 20 Agustus 2022).

ketika melakukan perekrutan. Sehingga member yang baru direkrut tersebut akan menjadi *downlinenya*.<sup>5</sup>

*Multi level marketing* merupakan salah satu sistem pemasaran yang memakai metode penjualan langsung (*direct selling*) sehingga distributor produk barang ataupun jasa yang diperjual-belikan tidak melalui toko, swalayan, ataupun supermarket lainnya. Akan tetapi langsung kepada jaringan-jaringan distributornya. Karena sistem pemasaran *multi level marketing* memanfaatkan pelanggan sebagai jaringan distributor sehingga tidak hanya sekedar menjadi pelanggan saja tetapi juga sebagai tenaga pemasar.

Anggota yang turut serta bergabung kedalam bisnis dapat disebut sebagai mitra niaga/mitra usaha, distributor, ataupun *member*. Maka dari itu, ketika mitra usaha merekrut anggota untuk menjadi bagian di dalam bisnis, membuat perusahaan memberikan keuntungan kepada mitra usaha tersebut dalam bentuk insentif yaitu berupa bonus. Karena hal itu dapat memperluas jaringan pasar, sehingga jaringan pelanggan semakin besar dan membuat omset perusahaan semakin meningkat. Serta keuntungan yang didapatkan juga akan maksimal.<sup>6</sup>

a. *Jenis-Jenis Multi Level Marketing*

1) *Sistem Binnary Plan*

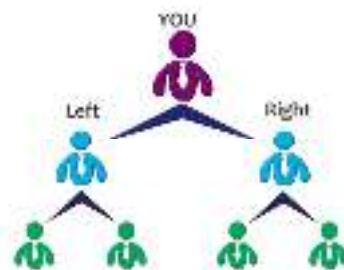
Sistem ini hanya mengembangkan jaringan pada dua *frontline* saja. Bonus yang didapatkan pada sistem ini akan semakin besar jika jaringan pemasarannya seimbang, jika tidak terjadi keseimbangan maka bonus-bonus tersebut akan dialihkan ke perusahaan. Perusahaan yang menerapkan sistem ini relatif cepat berkembang jaringan pemasarannya dan mitranya cepat mendapatkan bonus yang

---

<sup>5</sup>Ibid.

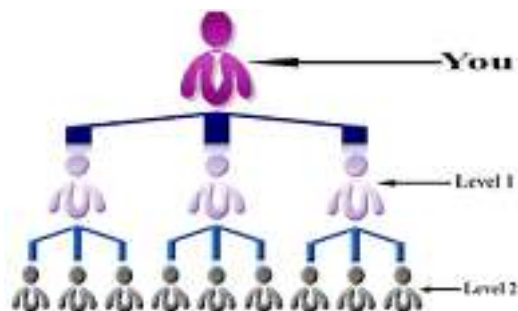
<sup>6</sup>M. Helmarini dan Ilham Abdullah, "Mengkaji Materi Pelatihan Kewirausahaan Bisnis *Multi Level Marketing (MLM) Produk Leafhea: Sabun Dan Serum Untuk Kesehatan Dan Kecantikan Kulit Dan Wajah*," *Economic Edu* Vol.2 No.2 (2022): 78. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/ecoedu/article/view/2913.69>.(diakses 20 Agustus 2022).

besar dari perusahaan karena menerapkan aturan setiap mitra yang melakukan perekrutan akan mendapatkan bonus. Hal ini secara tidak langsung sama dengan memperjualbelikan orang secara halus. Sistem seperti ini biasanya mengiming-iming memberikan bonus besar di awal karir saja agar terlihat menjalankan bisnis dengan sistem ini sangatlah mudah. Padahal kenyataannya sistem ini hanya menguntungkan mitra yang bergabung di awal.<sup>7</sup>



## 2) Sistem *Matrix*

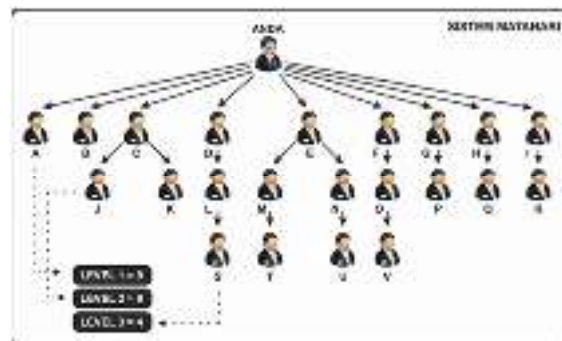
Sistem ini mengembangkan jaringannya dengan konsep tiga *frontline* dan begitu seterusnya ke bawah. Jenis sistem seperti ini muncul hanya untuk mengelabui sistem *binary plan* yang lebih dianggap *money game*.



<sup>7</sup>Fauzi Muhammad dan Baharuddin Ahmad, *FIKIH BISNIS SYARIAH KONTEMPORER*, 1st ed (Cet; Jakarta: KENCANA, 2021).

### 3) Sistem Matahari

Sistem ini mengembangkan jaringannya ke mana saja sehingga tergantung dari tingkat keaktifan dari masing-masing mitra, sehingga dianggap sistem yang adil dan merata bagi seluruh anggota karena pada konsep ini tidak ada bonus untuk menyeimbangkan jaringan pemasaran. Namun diseimbangkan dengan jaringan yang bisa dikembangkan ke mana saja. Kelebihan dari sistem ini adalah *upline* maupun *downline* memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh keuntungan yang sama. Tidak hanya itu *downline* juga bisa melebihi *upline*nya jika dapat mengembangkan jaringan pemasarannya jauh lebih baik. Bonus yang diperoleh berasal dari penjualan dan kelebihan poin setiap produk termasuk persentase perekrutan.<sup>8</sup>



<sup>8</sup>Nurul Ayu Utami, "Mau Join MLM? Kenali Dulu Bedanya Skema Matahari, Binary & Money Game", *Situs PopBela*. <https://www.popbela.com/career/working-life/nurul-ayu-utami/perbedaan-skema-matahari-binary-money-game> (21 September 2022).

b. *Cara Kerja Multi Level Marketing*

- 1) Pertama, seorang *member* baru akan disponsori oleh *member* yang merekrutnya atau dengan kata lain *member* yang duluan bergabung ke perusahaan.
- 2) Kedua, setiap *member* baru wajib membayar uang pendaftaran agar supaya dapat diregistrasi. Setelah proses registrasi *member* baru diberi beberapa fasilitas seperti *marketing plan* perusahaan, buku-buku panduan, kartu anggota, buku tentang perusahaan, dan lain sebagainya.
- 3) Menandatangani kontrak/perjanjian.
- 4) Melakukan aktivitas penjualan produk.
- 5) Mengembangkan jaringan pemasaran.<sup>9</sup>

Untuk menghindari praktik illegal dalam *multi level marketing* perlu adanya kehati-hatian dalam memilih bidang bisnis *multi level marketing* yang akan digeluti. Sehingga perlu memperhatikan perusahaan yang akan dimasuki.

c. *Berikut ciri-ciri multi level marketing:*<sup>10</sup>

- 1) Memiliki produk barang ataupun yang akan dijual.

Perlu diperhatikan bahwa produk yang akan dijual adalah produk yang berkualitas sehingga harga yang dipasarkan juga sesuai dengan kualitas barang yang dijual. Bukan menjual barang berkualitas buruk dengan harga yang tidak wajar.

---

<sup>9</sup>Maharani, "EKSISTENSI MULTI LEVEL MARKETING TIENS SYARIAH DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN ANGGOTA DI KOTA PARE-PARE" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN Pare-Pare), 2020), <http://repository.iainpare.ac.id/1413/1/15.2200.049.pdf>.26. (diakses 26 September 2022).

<sup>10</sup>Gramedia Blog, "Pengertian Bisnis MLM: Ciri-ciri, Tujuan, Dan Contohnya", *Situs Gramedia*. <https://www.gramedia.com/best-seller/bisnis-mlm/> (21 Agustus 2022).

- 2) Memiliki perusahaan yang terdaftar secara legal.

Perusahaan *multi level marketing* yang legal secara hukum akan memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan RI sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 32 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Dan tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). APLI adalah sebuah wadah organisasi dimana tempat berhimpunnya perusahaan penjualan langsung di Indonesia. APLI juga merupakan anggota Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN INDONESIA) yang telah diakui oleh Departemen Perdagangan. Serta APLI merupakan satu-satunya asosiasi yang diakui oleh Federasi Penjualan Langsung Internasional (*World Federation Of Direct Selling Association/WFDSA*), yang mana setiap negara hanya menerima satu asosiasi.<sup>11</sup>

- 3) Perusahaan memberikan keuntungan sesuai dengan kinerja.

Sistem bisnis *multi level marketing* seperti ini memberikan keuntungan maupun bonus sesuai dengan kinerja setiap *member* dalam melakukan penjualan produk dan melakukan pembinaan terhadap *downline*. Dalam memperoleh keuntungan dari hasil penjualan tidak menutup kemungkinan jika *downline* bisa melebihi *uplinenya*.

- 4) *Upline* sebagai *member* tingkat atas melakukan bimbingan terhadap *downline* sebagai *member* dibawahnya.

Dalam hal ini sangat diperlukan oleh *downline*, karena *upline* lebih memiliki pengalaman dalam memasarkan produk. Jadi sebagai *upline* yang menjadi sponsor bagi *member* di bawahnya wajib melakukan pembinaan terhadap *member* yang disponsornya.

---

<sup>11</sup>Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), "Tentang Kami", *Situs Resmi APLI*. <https://www.apli.or.id/pages/tentang-kami> (21 Agustus 2022).



## 2. *Multi Level Marketing Syariah*

Ekonomi islam dalam bahasa arab disebut *Al-Iqtishad Al-Islami*. *Al-Iqtishad* memiliki makna pengaturan soal kehidupan manusia yang sehemat-hematnya dan secermat-cermatnya. Ekonomi disebut juga sebagai muamalah al-maadiyah yaitu aturan pergaulan dan hubungan sesama manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu, ekonomi islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi yang berpedoman pada nilai-nilai Al-Qur'an dan Hadist.<sup>12</sup>

Oleh karenanya, hukum ekonomi syariah dapat disimpulkan sebagai kumpulan prinsip, asas, nilai, dan peraturan tentang kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sesama subjek hukum dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat usaha atau perdagangan dan yang bukan bersifat usaha atau perdagangan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.<sup>13</sup>

a. *Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*.<sup>14</sup>

### 1) Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan landasan utama di dalam syariat islam. Setiap aktivitas kehidupan umat manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Sehingga manusia pada kenyataannya tidak dapat dipisahkan dari penciptanya yang tidak lain yaitu Allah swt karena setiap apa yang terjadi di alam semesta ini semua atas kehendak-Nya. Dalam kegiatan muamalah harus menerapkan tuntunan nilai-nilai ketuhanan agar setiap aktivitas yang dilakukan membuat keyakinan dalam hati bahwa setiap apa yang diperbuat oleh manusia tidak lepas dalam

---

<sup>12</sup>Farid Wajdi dan Suhrawardi K. Lubis, *HUKUM EKONOMI ISLAM*, ed. Tarmizi, Edisi Revisi. (Cet.1; Jakarta: Sinar Grafika, 2020).2-3.

<sup>13</sup>Ibid.

<sup>14</sup>Dr. Mardani, "FIQH EKONOMI SYARIAH", in *Fiqh Muamalah*, ed.Pertama. (Cet.5; Jakarta: Kencana, 2019), 388 hlm.7.

pengawasan Allah Swt. Sehingga dengan adanya keyakinan tersebut membuat setiap kegiatan muamalah dapat terjadi sesuai dengan tuntunan syariah, jujur, dan amanah.

## 2) Prinsip Halal

Di dalam syariat islam sebuah transaksi harus dilakukan dengan cara yang halal baik itu dari segi barang atau jasa maupun dari segi perolehannya. Sebagaimana manfaat jika sesuatu didapatkan dengan cara yang halal antara lain: harta yang halal membawa keberkahan, manfaat, dan maslahah dalam hidup, harta yang halal memberikan pengaruh positif bagi perilaku manusia, serta pada harta yang halal dapat melahirkan pribadi yang istiqomah yaitu selalu berada pada kebaikan, keshalehan, ketaqwaan, keikhlasan, serta berani menegakkan keadilan dan membela yang benar. Maka dari itu Allah swt memerintahkan bagi setiap umatnya untuk mencari rezeki dengan cara yang halal.

## 3) Prinsip *Maslahah*

Maslahah yaitu memelihara tujuan syara' dengan meraih manfaat dan menghindari kemudharatan. Prinsip ini merupakan hal yang paling mendasar di dalam kegiatan bermuamalah. Maka dari itu, setiap manusia yang melakukan kegiatan muamalah diharuskan dapat memberikan dampak yang positif bagi satu sama lain. Sehingga jika sebuah kegiatan muamalah tidak mendatangkan masalah maka harus ditinggalkan karena tidak sesuai dengan syariat islam. Jadi pada prinsip ini sangat mendorong bagi kemaslahatan umat.

## 4) Prinsip *Ibahah* (Boleh)

Hukum dasar dalam kegiatan muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang melarangnya. Akan tetapi di dalam muamalah terdapat kaidah-kaidah umum yang ditetapkan syara' dan harus diperhatikan serta dilaksanakan diantaranya: muamalah yang dilakukam senantiasa dalam rangka mengabdikan kepada Allah swt

serta berprinsip bahwa Allah swt maha melihat dan maha mengetahui segala tindakan manusia, selalu mempertimbangkan kemaslahatan masyarakat maupun kemaslahatan pribadi, dan bahwa setiap kegiatan muamalah yang dilakukan tidak terlepas dari nilai-nilai kemanusiaan dengan mengutamakan akhlak terpuji.

#### 5) Prinsip Kebebasan Bertransaksi

Kebebasan dalam bertransaksi menjadi salah satu prinsip dalam bermuamalah akan tetapi harus didasari prinsip suka sama suka serta akad yang sah dan tidak ada pihak yang dizalimi. Selain itu, tidak boleh terdapat transaksi yang dilakukan pada produk-produk yang haram.

#### 6) Prinsip Kerja Sama

Kegiatan muamalah perlu didasarkan pada prinsip kerja sama, dimana dengan adanya kerja sama dapat membangun solidaritas yang dapat menciptakan persaudaraan dan saling membantu serta dapat saling menguntungkan satu sama lain.

#### 7) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam bermuamalah yaitu memiliki nilai-nilai keadilan diantara para pihak yang melakukan akad. Hal tersebut sebagai upaya dalam menempatkan hak dan kewajiban yang akan dimiliki para pihak yang melakukan kegiatan muamalah.

#### 8) Prinsip Amanah

Prinsip ini merupakan prinsip kepercayaan, kejujuran, tanggungjawab yang harus dimiliki bagi setiap manusia yang melakukan kegiatan muamalah.

#### 9) Prinsip Transparansi

Prinsip ini merupakan suatu prinsip kejujuran yang harus dimiliki setiap manusia dalam kegiatan muamalah, dimana terdapat keterbukaan dalam segala informasi tanpa ada yang tersembunyi di dalamnya.

#### 10) Prinsip Tolong Menolong

Prinsip tolong menolong dalam muamalah yaitu adanya saling membantu agar dapat meringankan kesulitan orang lain, karena pada dasarnya manusia itu saling membutuhkan. Tujuan adanya prinsip ini untuk mendapatkan kebaikan bersama.

b. *Unsur-unsur dalam kegiatan ekonomi yang melanggar prinsip syariah antara lain:*<sup>15</sup>

1) *Maysir*, yaitu sebuah transaksi yang digantungkan kepada sesuatu yang tidak jelas. *Maysir* bermakna spekulasi yang mana dugaan yang belum tentu menjadi kenyataan, jadi mengharapkan sesuatu yang tidak pasti atau hanya bersifat untung-untungan saja. *Maysir* dapat dikategorikan termasuk dalam perjudian.

2) *Gharar*, yaitu suatu transaksi yang mengandung unsur penipuan karena memiliki ketidakjelasan dari segi objek atau barangnya seperti tidak dimiliki, tidak mengetahui keberadaan objek tersebut serta tidak dapat menyerahkan objek ketika transaksi dilakukan, kecuali memang diatur lain dalam syariah.

3) Haram, yaitu suatu transaksi yang objeknya melanggar syariat islam.

4) Riba, yaitu terbagi menjadi dua antara lain riba *fadh*l adalah adanya penambahan sejumlah uang dengan cara yang batil (tidak sah) yang mana antara transaksi jual beli maupun pertukaran barang memiliki jumlah ataupun takaran yang berbeda. Riba *nasi'ah* adalah penambahan pembayaran dari transaksi pinjam meminjam uang yang ditangguhkan dalam jangka waktu tertentu dengan mensyaratkan mengembalikan sejumlah uang tersebut melebihi dari jumlah pokoknya.

---

<sup>15</sup>Farid Wajdi dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*.7.

5) Batil, yaitu sesuatu yang dilakukan dengan cara yang tidak benar sehingga menimbulkan kemudharatan.

6) *Zhalim*, yaitu suatu kegiatan yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain.

Akan tetapi, kegiatan ekonomi merupakan suatu kegiatan muamalah yang mana hukum asalnya boleh dalam kaidah fiqh:

الْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ إِذْ بَاطِلٌ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam muamalah adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.<sup>16</sup>

Dengan adanya kaidah tersebut islam memberikan peluang bagi manusia agar kegiatan ekonomi terutama dalam dunia usaha perdagangan dapat berinovasi. Salah satunya adalah sistem pemasaran *multi level marketing*. Islam telah mengaturnya secara syariah, dimana *multi level marketing* syariah merupakan sistem pemasaran dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang dimodifikasi sesuai nilai-nilai ajaran islam. Sehingga aspek syubhat dan haram dapat dihilangkan dan diganti dengan nilai syariah yang berlandaskan hukum muamalah, akhlak, dan tauhid.<sup>17</sup> Dalam bisnis *multi level marketing* syariah ditinjau dari dua aspek yaitu pertama, produk barang maupun jasa yang

---

<sup>16</sup>A. Djazuli, “KAIDAH-KAIDAH FIKIH,” in *Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis*, Pertama. (Cet. 8; Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2019), 242 hlm.10.

<sup>17</sup>Kuswara, *Mengenal MLM Syariah Dari Halal- Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya* (Depok: Qultum Media, 2005), 291 hlm; dikutip dalam H. Asyura, Leni Masnidar Nasution, dan Imam Muhardinata, eds., *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah* (Cet. 1; Yogyakarta: Deepublish, 2021), 10.

diperjualbelikan adalah sesuatu yang diperbolehkan dalam islam. Dan kedua, sistem pemasarannya terhindar dari unsur *maysir*, *gharar*, haram, riba, dan batil.<sup>18</sup>

c. *Multi level marketing syariah memiliki beberapa kriteria yaitu sebagai berikut.*<sup>19</sup>

1) *Multi level marketing syariah* dalam hal pengawasan, diawasi oleh dewan pengawas syariah selaku pengawas terhadap kegiatan ekonomi islam, mulai dari produk yang dijual, promosi atau iklan, *marketing plan*, serta kegiatan perayaan dalam perusahaan. Sehingga bisnis tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan lebih terarah.

2) Produk barang ataupun jasa halal untuk dikonsumsi sesuai syariat islam. Kehalalan tersebut dibuktikan dengan sertifikat Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang harus dimiliki pelaku usaha.

3) Pemberian bonus (insentif) dari segi syariah tentunya harus memenuhi tiga syarat yakni, harus secara adil, terbuka atau transparan antar sesama anggota, dan memiliki manfaat untuk dunia maupun akhirat.

4) *Marketing plan* dan sistem pembagian bonus terbebas dari unsur yang melanggar prinsip syariah yaitu *maysir*, *gharar*, haram, riba, dan batil.

5) Orientasi bisnis *multi level marketing syariah* adalah penjualan produk barang bukan pada perekrutan anggota. Dan untuk mendapatkan sertifikat syariah dari DSN-MUI tidak hanya melihat kehalalan sebuah produk tetapi juga harus memenuhi perizinan yang legal secara hukum yaitu memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL).

---

<sup>18</sup>Umi Latifah, Yusuf Baihaqi, dan Jayusman, "Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing," *Asas* 3, no. MLM (2021): 1-23, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/asas/article/view/11276%0Ahttp://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/asas/article/download/11276/5062.10>. (diakses 14 Agustus 2022).

<sup>19</sup>Habib Ismail et al., "Implementasi Asuransi Syari'ah Berbasis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah Jasser Auda" 5, no. MIm (2022): 72-86. 77-78.

*Multi level marketing* sebuah sistem pemasaran yang tidak hanya sekedar melakukan penjualan produk tetapi ada jasa yang dipakai dalam memasarkan produknya dengan imbalan yang akan diberikan perusahaan atas prestasi kerja dan level seorang anggota yaitu berupa bonus (*fee*), hadiah, dan lain sebagainya. Jasa *marketing* dalam istilah fikih disebut *samsarah* atau *simsar* (perantara). Yang mana menurut Sayid Sabiq, *samsarah* adalah seseorang yang menjadi perantara perdagangan antara penjual dan pembeli sehingga memudahkan dalam pelaksanaan jual beli. Menurut para ulama seperti Ibnu Sirin, ‘Atha’, Ibrahim, Ibnu Abbas, Hasan, dan Imam Bukhari hukum dari akad *samsarah* adalah mubah (boleh). Pekerjaan seorang *samsarah* dapat berupa makelar, agen, distributor, mitra usaha, ataupun *member* yang termasuk dalam akad ijarah. Akad ijarah merupakan transaksi yang memanfaatkan tenaga dan jasa orang lain dengan sebuah imbalan atau upah (*ujrah*).<sup>20</sup> Dengan adanya skema ijarah ini lebih memperjelas hukum dibolehkannya akad *samsarah* tersebut. Agar pekerjaan seorang *samsarah* itu menjadi sah maka harus memenuhi beberapa syarat yaitu: Perjanjian diantara kedua belah pihak jelas, objek akad diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan, serta objek akad bukan sesuatu yang haram.<sup>21</sup>

### 3. Akad Jual Beli (*Al-Ba’i*)

#### a. Definisi Jual Beli (*Al-Ba’i*)

Pengertian Jual beli (*Al-Ba’i*) secara etimologi adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologi adalah kesepakatan yang saling mengikat antara penjual yaitu seseorang yang menjual barang, dan pembeli yaitu seseorang yang membeli barang tersebut atau pihak yang membayar.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup>Fauzi Muhammad dan Baharuddin Ahmad, *FIKIH BISNIS SYARIAH KONTEMPORER*.

<sup>21</sup>Ibid. 109.

<sup>22</sup>DR. Sri Sudiarti, *FIQH MUAMALAH KONTEMPORER*, ed. Dr. Isnaini Harahap (Cet. 1; Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018).74.

Menurut pendapat ulama Hanfiah jual beli ialah pertukaran harta benda dengan harta berdasarkan cara khusus yang diperbolehkan. Imam Nawawi mengemukakan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan. Serta Ibnu Qudamah berpendapat bahwa jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.<sup>23</sup> Jadi jual beli yaitu transaksi yang dilakukan antara penjual yang menawarkan barang dagangannya dan pembeli yang membeli barang yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga saling memenuhi kebutuhan masing-masing.

b. *Dasar Hukum Jual Beli (Al-Ba'i)*

Dalam jual beli memiliki landasan sebagai rujukan dalam melakukan transaksi sehingga tetap berada pada tuntunan syariat islam sebagaimana disebutkan antara lain:

1) Al-Qur'an

Firman Allah swt. Q.S.Al-Baqarah/2:275:

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

Terjemahnya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapapun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya yang urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.<sup>24</sup>

<sup>23</sup>Ibid.74-75.

<sup>24</sup>Jajasan Penjelenggara Penterdjemah/Pentafsir Al-Qoeraan (1967) / Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 1--10*.



Firman Allah swt. Q.S.An-Nisa/4:29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.<sup>25</sup>

## 2) As-Sunnah

Dasar hukum kebolehan dalam jual beli juga terdapat di dalam hadist Rasulullah Saw. sebagaimana diriwayatkan oleh al-Bazzar dan Hakim.

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ جُلِّ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ } رَوَاهُ الْبَرَاءُ رُوِيَ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Terjemahnya:

Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a. sesungguhnya Nabi saw. pernah ditanya seorang sahabat mengenai usaha atau pekerjaan, apakah yang paling baik? Rasul saw. menjawab: usaha seorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik. (HR. al-Bazzar dan al-Hakim).<sup>26</sup>

## 3) *Ijma'*

Selain Al-Qur'an dan As-Sunnah yang menjadi dasar hukum, *ijma'* juga termasuk sebagai salah satu landasan hukum dalam jual beli. Sehingga berdasarkan *ijma'* ulama sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan cara barang milik orang lain yang diperlukan harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai, karena manusia tidak akan mampu mencukupi keperluannya tanpa bantuan orang lain.<sup>27</sup> Serta pada dasarnya manusia saling membutuhkan untuk bisa memenuhi kebutuhan masing-masing.

<sup>25</sup>Ibid.

<sup>26</sup>Dr.Sri Sudiarti, *FIQH MUAMALAH KONTEMPORER*.76.

<sup>27</sup>Ibid.82.

c. *Rukun Dan Syarat Jual Beli*

Rukun dan syarat merupakan sesuatu yang harus terpenuhi untuk sahnya sebuah pekerjaan. Maka dari itu, rukun dan syarat dalam jual beli memiliki ketuntuan sesuai dengan syariat islam, antara lain:<sup>28</sup>

1) *Aqidain* (penjual dan pembeli), sebagai subjek dalam jual beli memiliki syarat yang harus dipenuhi yaitu: berakal, baligh, dan mengerti. Anak dibawah umur, orang gila, maupun idiot akadnya tidak akan sah kecuali atas izin walinya tetapi pada hal-hal tertentu saja seperti membeli permen, kue, dan lain sebagainya.

2) *Sighat* (ijab dan qabul), sebuah lafaz yang diucapkan saat proses transaksi dilakukan. Yang mana harus dilihat dari kerelaan antara kedua belah pihak. Sehingga syarat dalam ijab qabul sebagaimana dilihat dari pendapat para ulama fiqh antara lain: ijab dan qabul dilaksanakan dalam satu tempat yang sama, orang yang berakad telah baligh dan berakal, serta antara ijab dan qabul harus sesuai.

3) *Ma'qud alaih* atau objek transaksi, barang yang menjadi objek transaksi ialah barang yang halal dan bermanfaat, barang yang jelas kepemilikannya dan dapat diserahterimakan sehingga penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut. Serta barang yang memiliki ciri-ciri yang jelas dan diketahui oleh kedua belah pihak.

4) Adanya nilai tukar sebagai pengganti barang, nilai tukar yang biasa digunakan dalam jual beli adalah uang. Maka harga yang ditentukan ketika transaksi berlangsung harus jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak serta langsung diberikan pada saat transaksi tersebut. Walaupun sekarang ada namanya

---

<sup>28</sup>Akhmad Farroh Hasan, "FIQH MUAMALAH," in *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktek)*, ed. Zainuddin M (Cet. 1; Malang: UIN-Maliki Press, 2018).33.

pembayaran yang ditangguhkan (kredit). Ketika transaksi terjadi secara barter maka barang yang dipertukarkan ialah sesuatu yang halal.

#### **4. Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).**

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI) berfungsi sebagai pedoman dalam penetapan peraturan kegiatan ekonomi syariah yang bersifat mengikat karena diserap ke dalam undang-undang. Peraturan tentang kegiatan ekonomi syariah terhadap *multi level marketing* ditetapkan oleh Fatwa DSN-MUI tentang penjualan langsung berjenjang syariah. Sebagaimana ketentuan umum yaitu pengertian yang harus dipahami di dalam penjualan langsung berjenjang syariah dan ketentuan hukum yang ditetapkan oleh Fatwa DSN-MUI tentang praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

a. *Berikut ketentuan umum di dalam PLBS yaitu:*<sup>29</sup>

1) Penjualan Langsung Berjenjang ialah metode penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.

2) Barang ialah semua benda berwujud, baik bergerak ataupun tidak bergerak, dapat dihabiskan ataupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

3) Produk jasa ialah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

4) Perusahaan ialah sebuah badan usaha yang berbentuk badan hukum dan melakukan kegiatan usaha perdagangan barang ataupun jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>29</sup>Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, "DSN-MUI," last modified 2022, [https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/?s=PLBS&post\\_types=all](https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/?s=PLBS&post_types=all).(diakses 24 Agustus 2022).

5) Konsumen ialah pihak pengguna barang ataupun jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.

6) Komisi ialah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan produk barang ataupun jasa.

7) Bonus ialah tambahan imbalan yang diberikan perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang ataupun jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

8) *Ighra'* ialah daya tarik luar biasa yang membuat orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus ataupun komisi yang dijanjikan.

9) *Money game* ialah praktik penghimpunan dana atau penggandaan uang dari hasil pendaftaran mitra usaha yang baru bergabung dan akan diberikan kepada anggota yang telah merekrut sebagai komisi atau bonus dari hasil perekrutan bukan dari hasil penjualan produk. Walaupun dari hasil penjualan produk akan tetapi produk tersebut hanya kamufase atau tidak memiliki kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

10) *Excessive mark-up* adalah batas margin laba yang berlebihan serta dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya.

11) *Member get member* ialah sistem perekrutan keanggotaan baru PLB (Penjualan Langsung Berjenjang) yang dilakukan oleh anggota yang terdaftar sebelumnya.

12) Mitra usaha (*stockist*) ialah pengecer (*retailer*) yang menjual produk-produk secara langsung.

b. Sementara ketentuan hukum di dalam PLBS antara lain:<sup>30</sup>

1) Ada obyek transaksi riil (nyata) yang diperjualbelikan yaitu berupa barang atau produk jasa.

2) Barang atau jasa yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.

3) Transaksi dalam perdagangan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, *maksiat*.

4) Tidak ada harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau 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 dalam penjualan langsung berjenjang syariah.

6) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha/anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi atau akad sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

7) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang ataupun jasa.

8) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada mitra usaha/anggota tidak menimbulkan *ighra'*.

9) Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara mitra usaha/anggota pertama dengan anggota berikutnya.

---

<sup>30</sup>Ibid.

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 sebagainya.

11) Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap anggota yang direkrutnya tersebut.

12) Tidak adanya kegiatan *money game*.

## 5. Pandangan Ulama Terkait Hukum Multi Level Marketing

*Multi level marketing* adalah sebuah sistem pemasaran yang belum pernah ada di zaman Nabi Muhammad saw, sehingga menjadi suatu permasalahan kontemporer yang menimbulkan perbedaan pendapat ulama mengenai hukumnya. Berikut pendapat-pendapat ulama mengenai hukum multi level marketing:<sup>31</sup>

### a. Pendapat Ulama Yang Membolehkan (Mubah)

1) Menurut Lembaga Fatwa Al-Azhar Mesir, mengatakan *multi level marketing* hukumnya adalah mubah (boleh). Alasan yang menguatkan argumen mereka yaitu bahwa praktik pemasaran MLM sama dengan praktik *samsarah* atau perantara antara penjual dan pembeli, sehingga seluruh sistem operasionalnya dapat dibolehkan. Begitupun dengan bonus yang diberikan oleh perusahaan karena sebagai bentuk motivasi agar terus memasarkan produk perusahaan.

2) Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan berjenjang langsung syariah, melalui fatwa tersebut menetapkan praktik MLM hukumnya adalah mubah (boleh). Karena yang menjadi pertimbangan fatwa tersebut yaitu kebiasaan masyarakat

---

<sup>31</sup>Masyhuri, A Washil, dan Minhatun, "Multi Level Marketing (MLM) Perspektif 'Urf Dan Istihsan Abdul Wahab Khallaf," *Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman* 4, no. 2 (2021): 249–263, <https://www.jurnal.instika.ac.id/index.php/jpik/article/view/211%0Ahttps://www.jurnal.instika.ac.id/index.php/jpik/article/download/211/129>.

yang sudah mempraktikkan pola pemasaran MLM supaya tetap dalam prinsip syariah. Bagitupun dengan sistem operasionalnya yang dapat dibolehkan dengan syarat salah satunya tidak mengandung unsur *ighra'* yang merupakan daya tarik luar biasa sehingga menyebabkan kelalaian seseorang atas kewajibannya hanya untuk memperoleh komisi atau bonus yang dijanjikan. Serta dipastikan tidak terdapat unsur kecurangan, penipuan, dan kedzaliman.

*b. Pendapat Ulama Yang Mengharamkan*

1) Pendapat Mayoritas Para Ulama Kontemporer juga Fatwa Dewan Ulama Kerajaan Arab Saudi, Keputusan Lembaga Fikih Islam di Sudan, dan Fatwa Pusat Kajian dan Penelitian Imam Albani Yordania, bahwasanya bisnis MLM hukumnya adalah haram karena disebabkan terdapat tiga alasan sistem operasionalnya masih kental dengan praktik penipuan yaitu:

*a) Pertama*, mengandung unsur riba *fadl* dan riba *nasi'ah*. Riba *fadl* dilihat dari segi anggotanya yang membayar uang dengan jumlah yang kecil hanya untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar dari yang sudah ia keluarkan, jadi seakan-akan ia menukar uang dengan uang dengan jumlah yang berbeda, sehingga ada selisih nilai didalamnya. Sedangkan riba *nasi'ah* dilihat dari segi anggotanya mendapatkan uang penggantinya yang dibayarkan tidak secara tunai. Serta memperdagangkan produk yang haram atau diragukan kehalalannya.

*b) Kedua*, sistem MLM mengandung unsur *Gharar* (spekulasi) yang diharamkan syariat, karena tidak ada kepastian mereka yang ikut dalam jaringan ini apakah akan berhasil merekrut anggota (*downline*) dalam jumlah yang diinginkan atau tidak.

*c) Ketiga*, sistem MLM mengandung unsur memakan harta manusia dengan cara yang batil. Karena yang diuntungkan dalam sistem ini hanya perusahaan dan

sejumlah kecil anggotanya agar dapat mengelabui orang-orang untuk ikut bergabung.<sup>32</sup>

2) Pendapat Dr. Sami As Suwaylim (Direktur Pengembangan Keuangan Islam di Islamic Development Bank). Beliau berpendapat bahwa hukum dari MLM adalah haram, sebagaimana dalam penelitiannya bahwasanya MLM merupakan kepanjangan dari *pyramid scheme/letter chain* (pengiriman uang secara berantai). Praktik *pyramid scheme* jelas hukumnya dinyatakan haram oleh jumhur ulama kontemporer, sebab mengandung unsur riba *ba'i* yaitu riba *fadl* dan riba *nasi'ah*, dan mengandung unsur *gharar*. Hal ini disamakan praktik *pyramid scheme* karena praktiknya dengan cara memberikan sejumlah uang untuk ikut bergabung ke dalam jaringan pemasaran akan tetapi nantinya tidak diketahui apakah sejumlah uang tersebut akan kembali beserta bonus karena berada pada posisi tingkat atas (*upline*) atau sejumlah uang maupun bonus tidak kembali karena berada pada posisi di tingkat bawah (*downline*). Bahkan para ulama yang mengharamkan praktik MLM membuat kesimpulan dengan perkataannya “*setelah mencari, meneliti, mendiskusikan serta mengkaji maka saya tidak menemukan seorang ulamapun yang berpendapat bahwa sistem MLM hukumnya boleh secara mutlak*”. Hal tersebut tidak melihat dari apa yang diperjualbelikan akan tetapi dilihat dari sistem operasionalnya yang tidak sesuai syariah.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Umi Latifah, Yusuf Baihaqi, dan Jayusman, "Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing."3.

<sup>33</sup> Masyhuri, A Washil, dan Minhatun, "Multi Level Marketing (MLM) Perspektif 'Urf Dan Istihsan Abdul Wahab Khallaf," *Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman* 4.



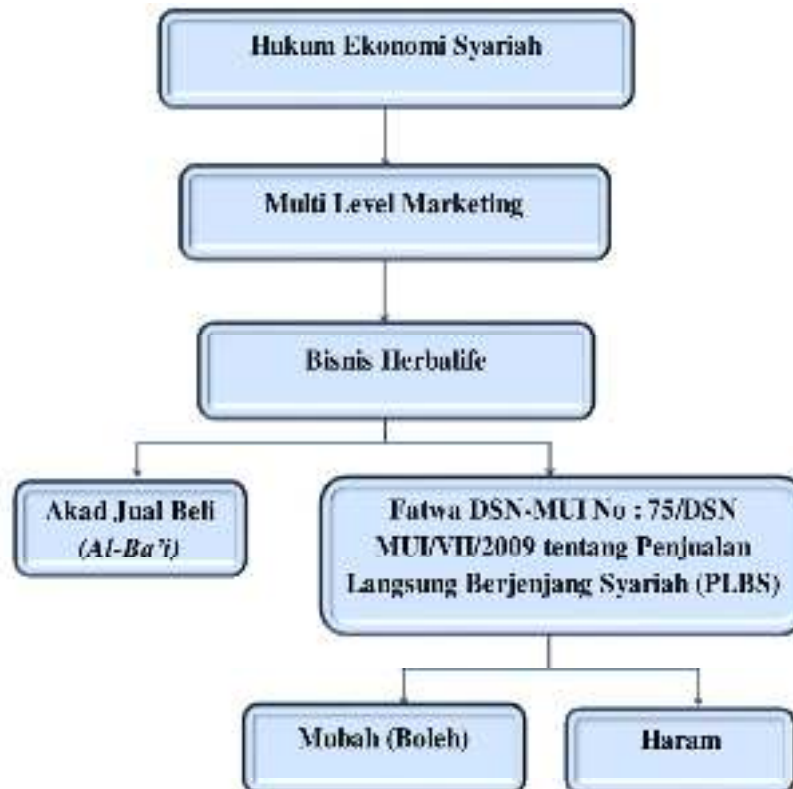
## 6. *Herbalife Nutrition*

*Herbalife Nutrition* adalah nama sebuah perusahaan asal Amerika tepatnya di Los Angeles, California. Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan produk kesehatan yaitu produk nutrisi pengganti makanan, tidak hanya itu perusahaan ini juga menawarkan produk yang berguna menjaga imunitas tubuh, serta terdapat produk lainnya adalah produk perawatan kulit.<sup>34</sup> Perusahaan *Herbalife* merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan sistem pemasaran berjenjang dengan penjualan langsung (*direct selling*). Yang mana terdapat 11 jenjang di dalam sistem pemasaran *Herbalife* antara lain: level ke-1 *Member*, level ke-2 *Senior Consultant*, level-3 *Success Builder*, level ke-4 *Qualified Producer*, level ke-5 *Supervisor*, level ke-6 *World Team*, level ke-7 *Global Expansion Team*, level ke-8 *Millionaire Team*, level ke-9 *President Team*, level ke-10 *Chairman's Club*, level ke-11 *Founder's Circle*. Para jaringan distributor dari *Herbalife* diberikan izin oleh perusahaan untuk membuka *Nutrition Club* atau rumah sehat sebagai tempat untuk membantu memasarkan produk maupun melakukan pembinaan bagi *dowlinenya*, dengan nama sebagai identitas rumah sehat dari masing-masing distributor.

---

<sup>34</sup> PT. Herbalife Indonesia, "HERBALIFE NUTRITION", <https://www.herbalife.co.id>.

C. *Kerangka Pemikiran*



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Dan Desain Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha memahami secara mendalam dengan menganalisis sebuah fenomena yang terjadi secara nyata (alamiah) pada kehidupan sosial individu (informan). Penelitian ini di desain menggunakan metode penelitian lapangan. Dengan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan yaitu data-data akan dikumpulkan melalui serangkaian wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen serta data akan diolah dan dianalisis secara kualitatif-deskriptif. Sehingga yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah praktisi bisnis *Herbalife* yaitu mitra usaha *Herbalife* pada club annisa ceria, *member*, dan konsumen, serta sumber data penelitian dapat berasal dari dokumen-dokumen pendukung yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>1</sup> Pendekatan dan desain penelitian ini digunakan sebagai salah satu alur dalam pemecahan masalah, sehingga penelitian ini lebih terarah dan dapat mempermudah peneliti sendiri dalam memecahkan masalah penelitian.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu *Nutrition Club Annisa Ceria* bertempat di BTN Gelora Indah Pengawu Blok A No.12, Kecamatan Palu Barat. Tepatnya penelitian ini dilaksanakan di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Lokasi penelitian ini sebagai tempat peneliti untuk mencari informasi dari objek penelitian sehingga dapat mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk keperluan peneliti.

---

<sup>1</sup>Dr. Sudaryono, "METODOLOGI PENELITIAN," in *Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method*, Kedua. (Depok: Rajawali Pers, 2021), 796 hlm.64.

### C. *Kehadiran Peneliti*

Dalam penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kualitatif sangat membutuhkan kehadiran peneliti sebagai instrumen penelitian di lapangan. kehadiran peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam penelitian ini sebab mendalam atau tidaknya suatu penelitian tergantung bagaimana cara seorang peneliti menggali informasi di lapangan. Maka dari itu kehadiran peneliti dalam penelitian ini diketahui kehadirannya oleh informan. Peneliti akan merancang penelitian yang akan diteliti, mencari dan mengumpulkan data informasi di lapangan, lalu menganalisis data tersebut, dan langkah terakhir yaitu melaporkan hasil penelitian dalam sebuah laporan penelitian.<sup>1</sup> Peneliti disini juga akan berperan sebagai pengamat penuh sehingga dapat memahami kenyataan yang ada di lapangan.

### D. *Data dan Sumber Data*

1. Data yang akan dibutuhkan oleh peneliti terbagi menjadi dua yaitu:<sup>2</sup>
  - a. Data primer, yaitu sebagai bahan utama yang dibutuhkan oleh peneliti. Yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden dengan melakukan wawancara kepada distributor dan konsumen *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria*.
  - b. Data sekunder, yaitu sebagai bahan pendukung terhadap data primer yang dibutuhkan oleh peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini berupa situs resmi perusahaan *Herbalife*, buku-buku panduan bisnis *Herbalife*, situs resmi Halal-MUI, dan situs resmi BPOM

---

<sup>1</sup>“UIN SATU Tulungagung”, Repository UIN SATU Tulungagung. <http://repo.iain.tulungagung.ac.id/3883/4/BAB%20III.pdf>. Diakses 14 September 2022.

<sup>2</sup>LMS-SPADA INDONESIA Kemendikbud, “*Data dan Sumber Data Kualitatif*”, Official Website Kemdikbud, [https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod\\_folder/content/0/Data%20dan%20Sumber%20Data%20Kualitatif.pdf?forcedownload=1](https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod_folder/content/0/Data%20dan%20Sumber%20Data%20Kualitatif.pdf?forcedownload=1), diakses 14 september 2022.

2. Sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Narasumber (responden), yaitu seseorang yang dapat memberikan jawaban secara lisan dari pertanyaan yang ingin digali oleh peneliti mengenai permasalahan penelitian ini berupa distributor *Nutrition Club Annisa Ceria* dan konsumennya.
- b. Tempat atau lokasi penelitian, yaitu tempat dimana peneliti bisa mendapatkan informasi secara langsung mengenai permasalahan penelitian. Serta dapat mengamati aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian tersebut. Tempat atau lokasi penelitian dari peneliti adalah *Nutrition Club Annisa Ceria Di Kota Palu*.
- c. Dokumen, yaitu bahan tertulis yang dapat berupa laporan, jurnal penelitian, surat, ataupun dokumen juga dapat berupa video dan gambar. Dokumen dalam penelitian ini adalah berupa situs resmi perusahaan *Herbalife*, buku-buku panduan bisnis *Herbalife* yang ada di *Nutrition Club Annisa Ceria*, situs resmi Halal-MUI, dan situs resmi BPOM.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:<sup>3</sup>

1. Wawancara, yaitu peneliti menanyakan secara langsung kepada narasumber mengenai permasalahan penelitian. Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah mitra usaha *Nutrition Club Annisa Ceria*, *member*, dan konsumennya.
2. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian mengenai aktivitas yang dilakukan pada objek penelitian. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di *Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu*.

---

<sup>3</sup>Dr. Sudaryono, "METODOLOGI PENELITIAN", 222-229.

3. Dokumentasi, yaitu cara untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian sebagai pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi. Dan hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengambilan gambar pada saat melakukan wawancara dan observasi.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Peneliti menggunakan teknik analisis data antara lain berupa:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses menganalisis data yang telah dikumpulkan di lapangan lalu meringkas data tersebut. Reduksi data ini antara lain: meringkas data, mengkode, menelusuri tema, dan membuat gugus-gugus. Selama penelitian berlangsung proses ini akan terus terjadi bahkan sebelum semua data terkumpul. Sehingga reduksi data tidak bersifat sekali jadi tetapi berinteraksi secara bolak balik. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam memilih dan memilah atau mengkategorikan data, mana data yang dibutuhkan dan mana data yang tidak diperlukan dalam penelitian.<sup>4</sup>

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan setelah sekumpulan informasi disusun, maka ada kemungkinan terjadi penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sehingga penyajian data akan disajikan dalam bentuk narasi atau secara naratif.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019):81.<http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/2374.91>. (diakses 20 Agustus 2022).

<sup>5</sup>Ibid.94.

### 3. Penarikan kesimpulan (Konklusi)

Penarikan kesimpulan akan dilakukan setelah data disajikan secara naratif maka akan ditarik kesimpulan dari data tersebut. Kesimpulan tersebut akan di verifikasi selama terjadi penelitian dengan cara: memikir ulang selama penulisan, tinjauan ulang catatan lapangan untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, dan upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.<sup>6</sup>

#### ***G. Pengecekan dan Keabsahan Data***

Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian kredibilitas data. Kredibilitas data digunakan untuk menguji kebenaran data penelitian yang didapatkan di lapangan. Kredibilitas dapat memberikan kepercayaan atau nilai kebenaran terhadap sebuah data hasil penelitian. Peneliti akan memberikan data yang telah ditranskripkan kepada partisipan untuk dibaca kembali. Maka kredibilitas ditunjukkan ketika partisipan menyatakan bahwa transkrip penelitian memang benar pengalaman dari dirinya sendiri. Sehingga pengujian kredibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan sebuah validitas data dengan perbandingan dari berbagai sumber, dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data yaitu dengan mengecek validitas data menggunakan berbagai sumber data seperti hasil wawancara, observasi, dokumen maupun arsip.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Ibid.

<sup>7</sup>Dr. Sudaryono, "*METODOLOGI PENELITIAN*."554.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. *Sejarah Herbalife Nutrition*

*Herbalife* pertama kali dikembangkan oleh Mark Hughes. Alasan Mark Hughes mengembangkan produk ini adalah terinspirasi dari ibunya yang melakukan program diet untuk menurunkan berat badan dengan meminum berbagai macam pil diet selama bertahun-tahun yang mengakibatkan kondisi ibunya menjadi memburuk. Yang pada akhirnya ibunya meninggal pada usia 36 tahun akibat overdosis pil diet.<sup>1</sup>

Dari kejadian tersebut Mark Hughes yang masih berusia 18 tahun terdorong mengabdikan seluruh hidupnya untuk mengembangkan nutrisi dan pengelolaan berat badan yang sehat. Dengan melakukan penyelidikan yang menyeluruh, pengembangan dan pengujian, lahirlah program pengelolaan berat badan *Herbalife* pada bulan Februari tahun 1980.<sup>2</sup>

Mark Hughes mendirikan perusahaan *Herbalife* pada tahun 1980 di Los Angeles, California. Dengan filosofi utama yaitu menyediakan akses nutrisi yang dipersonalisasi bagi jutaan orang di seluruh dunia hingga lebih relevan dibandingkan dengan saat pertama kali perusahaan ini didirikan. Sehingga sudah lebih dari 90 negara dengan 8.000 lebih karyawan di seluruh dunia *Herbalife Nutrition* beroperasi saat ini.<sup>3</sup>

Visi yang beliau miliki yaitu membawa produk pengelolaan berat badan, produk nutrisi dan produk perawatan diri yang paling bagus di seluruh

---

<sup>1</sup>“Nutrition For A Better Life,” accessed January 19, 2023, <https://dietnutrisiherbalife.wordpress.com/about/sejarah-herbalife/>.

<sup>2</sup>Ibid.

<sup>3</sup>PT. Herbalife Indonesia, “HERBALIFE NUTRITION”,<https://www.herbalife.co.id>.



dunia dari satu orang ke semua orang, dari satu kota ke kota lain, dan dari satu negara ke negara lain sehingga dari visi tersebut tidak hanya bersemangat mengenai produknya tetapi juga bersemangat mengenai peluang bisnisnya. Dan Misi beliau yaitu untuk membantu orang menurunkan berat badan secara aman, tanpa efek samping dan membantu memperbaiki kesehatan dan kesejahteraan mereka lewat produk-produk herbal, bernutrisi serta produk perawatan diri yang telah teruji.<sup>1</sup>

Untuk dapat menjangkau para pelanggan, member *Independen Herbalife Nutrition* sebagai jaringan distributor dapat melakukan penjualan langsung melalui *Nutrition Club* atau rumah sehat. *Nutrition club* adalah tempat bagi para pelanggan untuk mendapatkan sajian nutrisi *Herbalife* dan pembinaan terhadap member yang disponsornya. Salah satunya adalah *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu yang menjadi tempat penelitian saya. Annisa ceria merupakan nama yang diberikan oleh member pemilik *Nutrition Club* sebagai identitas. Pemilik dari *Nutrition Club Annisa Ceria* bernama Ibu Santi, ia menggeluti bisnis ini bersama suaminya Bapak ridwan selama kurang lebih 8 tahun karena menganggap dapat memberikan keuntungan sesama anggota jaringan pemasarannya.

## **B. *Praktik Multi Level Marketing Di Nutrion Club Annisa Ceria Kota Palu***

### **1. Cara Kerja Bisnis Herbalife**

Dari data yang didapatkan oleh peneliti di *Nutrition Club Annisa Ceria* Kota Palu cara kerja dari bisnis *Herbalife* adalah sebagai berikut:<sup>2</sup>

- a. Untuk memulai bisnis *Herbalife* harus dimulai dari seorang *costumer* (pelanggan), karena harus mencoba sendiri terlebih dahulu produk dari *Herbalife*.

---

<sup>1</sup>“Nutrition For A Better Life.”

<sup>2</sup>Santi, Owner Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 03 Februari 2023.

- b. Setelah mencoba produk, maka boleh melakukan pendaftaran *member* dengan mengisi formulir yang juga berisikan mengenai kontrak perjanjian. *Member* dalam bisnis ini ada dua yaitu:
- 1) *Member* untuk berbisnis dengan biaya pendaftaran Rp.800.000-an dan *member pack* yang akan diberikan berupa: 1 buah tas, 1 kaleng shake, 1 botol Fiber, 1 botol shaker, 1 buah sendok takar, dan beberapa buku panduan dalam membangun usaha.
  - 2) Sedangkan *member* hemat adalah *member* yang hanya ingin mendapat diskon ketika melakukan pembelian produk untuk dikonsumsi secara pribadi. Biaya pendaftaran *member* hemat yaitu sebesar Rp.700.000-an dengan *member pack* yang akan diberikan berupa: 1 buah tas, 1 kaleng shake, 1 botol shaker, 1 buah sendok takar, dan buku panduan cara membuat shake.
- c. Ketika sudah resmi menjadi seorang *member* yang sekaligus sebagai seorang distributor *Herbalife*, maka silahkan memulai bisnis dengan tahap-tahap yang sebagaimana diatur di dalam *marketing plan* (rencana pemasaran) *Herbalife*.
- d. Mengikuti training yang diadakan oleh pihak *Herbalife Nutrition* setiap bulan.
- e. Untuk iuran anggota yang dibayarkan setiap tahun pada tahap *member* iurannya sebesar Rp.107.400,- sedangkan jika sudah pada tahap supervisor maka iuran yang wajib dibayarkan sebesar Rp.807.400,-.

## **2. Marketing Plan Herbalife Nutrition**

Di dalam bisnis *Herbalife* terdapat Volume Point (VP) yaitu point yang terdapat di setiap produk *Herbalife* dan digunakan untuk perhitungan kualifikasi jenjang karir maupun perolehan pendapatan. Volume point didapatkan ketika melakukan pembelian produk dan akan dihitung langsung di kantor *Herbalife*

terdekat yang ada di daerah masing-masing. Hal ini dikarenakan agar pihak perusahaan dapat memonitoring VP yang didapatkan oleh setiap jaringan distributor. Berikut nama-nama status jenjang karir pada bisnis *Herbalife* tepatnya tahapan yang dilalui oleh Ibu Santi pemilik *Nutrition Club Annisa Ceria*:<sup>3</sup>

a. *Member*

Awal tahap *member* pada saat melakukan pembelian produk akan langsung mendapatkan diskon 25%. Pada tahap ini hanya mendapatkan profit retail (eceran) dari penjualan produk.

b. *Senior Consultant (SC)*

Di tahap ini harus melakukan pembelian produk mencapai 500 VP maka akan langsung mendapatkan diskon 35%, dari diskon ini akan mendapatkan profit retail (eceran). Ini berlaku seterusnya. Profit lain yang akan didapatkan pada tahap ini adalah profit grosir atau selisih harga diskon produk yang dibeli oleh *member* atau distributor non-supervisor. Jadi *senior consultant* akan mendapatkan profit grosir jika telah memiliki seorang *member* di bawahnya (*downline*). Contoh:  $35\% - 25\% = 10\%$ . Maka yang akan diberikan kepada SC sebesar 10%.

c. *Success Builder (SB)*

Tahap selanjutnya harus melakukan pembelian produk mencapai 1.000 VP maka langsung mendapatkan diskon 42%, dari diskon ini akan mendapatkan profit retail (eceran). Diskon ini hanya berlaku selama satu bulan, maka bulan berikutnya akan turun kembali menjadi 35%. Selama satu bulan tersebut seorang SB berhak mendapat profit grosir dari *downlinenya*.

d. *Qualified Producer (QP)*

Tahap ini adalah tahap untuk mendapatkan diskon 42% selama setahun. Dengan syarat akumulasi point selama 1-3 bulan adalah 2.500 VP. Maka pada

---

<sup>3</sup>HERBALIFE Independent Member, PANDUAN PRESENTASI “*MARKETING PLAN* (Rencana Pemasaran)”.

bulan ke-4 akan mendapatkan diskon 42% selama setahun. Untuk profit lain yaitu profit grosir dari *downline*.

*e. Supervisor*

Pada tahap ini akan mendapatkan diskon sebesar 50% dengan syarat harus mengumpulkan akumulasi 4.000 VP pada bulan kualifikasi, yang mana maksudnya adalah bulan untuk memenuhi persyaratan maka setelah terpenuhinya persyaratan tersebut pada bulan berikutnya akan berada pada tahap supervisor.

Dengan beberapa metode :

- 1) Selama 1 bulan
- 2) 2 bulan berturut-berturut
- 3) 3-12 bulan

Pengumpulan point diatas dapat dibantu oleh *downline* non-supervisor yang dimiliki. Akan tetapi jika *downline* juga ingin naik pada tahap supervisor bersama *uplinenya* dapat mengumpulkan point secara bersama-sama dengan menggunakan beberapa metode di atas, yang mana jika:

- 1) Berdua = akumulasi 5.000 VP
- 2) Bertiga = akumulasi 6.000 VP
- 3) Berempat = akumulasi 7.000 VP

Ditahap ini banyak profit yang akan didapatkan yaitu profit retail (eceran), profit grosir, dan royalti dari 3 tingkat *downline* yang dimiliki.

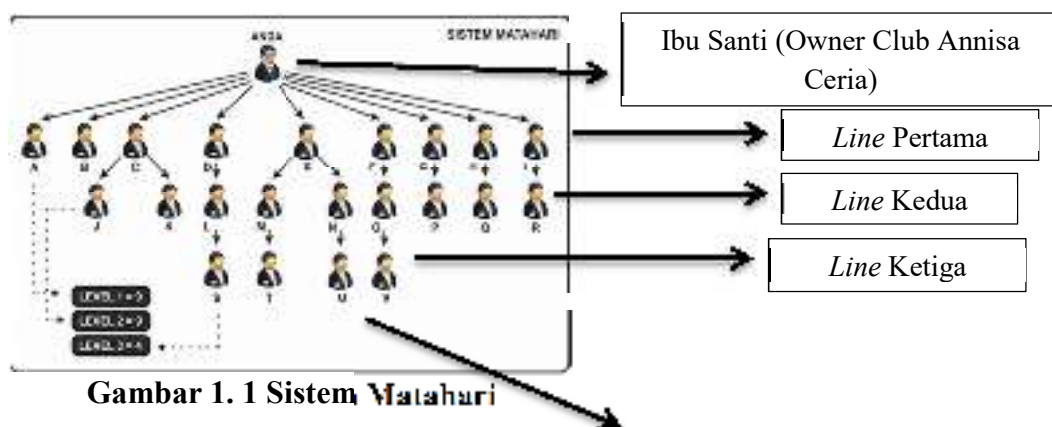
*f. World Team*

Untuk bisa ke tahap ini harus mencapai 2.500 TVP (Total Volume Point) setiap bulan dalam 4 bulan berturut-berturut. Total volume point dihitung dari point pribadi yang dimiliki dan point grup. Profit yang akan didapatkan sama dengan tahap supervisor.

g. *Global Expansion Team*

Ibu Santi Owner Club Annisa Ceria masih berada pada tahap ini dan untuk mencapai tahap ini harus mengumpulkan 10.000 royalti point setiap bulan selama 3 bulan berturut-berturut. Royalti point didapatkan dari *downline* berstatus supervisor yang dimiliki dengan ketentuan, *upline* dan *downlinenya* harus mencapai VP tertentu agar *upline* tersebut dapat memiliki royalti point. Profit yang akan didapatkan pada tahap ini adalah sama dengan supervisor. Akan tetapi tahap ini bisa mendapatkan tambahan profit yaitu bonus produksi dengan syarat harus mengumpulkan volume point dan royalti point tertentu agar bisa mendapatkan bonus tersebut. Ibu Santi sendiri belum pernah merasakan bonus ini.<sup>4</sup>

Berikut penjelasan mengenai sistem jaringan pada bisnis *Herbalife*:<sup>5</sup>



Begitupun seterusnya. *Line* yang akan terbentuk ke bawah dan anggota-anggota yang baru direkrut tanpa batas maksimal

Gambar di atas sebagai ilustrasi yang menggambarkan sistem organisasi di dalam bisnis *Herbalife*. *Line* pertama adalah semua orang yang direkrut langsung oleh

<sup>4</sup>Santi, Owner Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 05 Februari 2023.

<sup>5</sup>Ibid.

Ibu Santi. *Line* kedua adalah orang yang direkrut oleh *line* pertama. Sedangkan *line* ketiga adalah orang yang direkrut oleh *line* kedua.

Tugas seorang distributor yang telah menjadi *upline* tidak hanya melakukan promosi penjualan tetapi juga perekrutan anggota. Anggota yang direkrut akan menjadi *downline*, sedangkan *upline* tersebut akan menjadi sponsor baginya. Tugas sponsor nantinya membina para anggota *downlinenya* dalam menjalankan bisnis seperti membantu menjelaskan kepada mereka bagaimana cara menjual, baik itu dengan cara ber-demo atau penjualan melalui *Nutrition Club* agar dapat mengumpulkan VP dan memperoleh penghasilan di *Herbalife*.

Dalam sistem jaringan yang digunakan bisnis *Herbalife*, *downline* dapat menggantikan posisi *uplinenya* sebagai *upline* dalam organisasi, jika status *downline* lebih tinggi dibandingkan *uplinenya*. Maka dari itu, *upline* diberikan waktu selama setahun untuk dapat mengumpulkan VP agar status mereka setara. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Santi bahwa:

Agar dapat mempertahankan status saya sebagai seorang supervisor, setiap tahunnya saya harus mencapai VP tertentu. Tidak hanya dari VP pribadi saya tetapi juga VP dari organisasi yang saya miliki. Istilahnya merekualifikasi. Karena kalau tidak, saya akan kehilangan organisasi saya dan saya diturunkan kembali menjadi tahap *senior consultant*. Hal ini berpengaruh pada posisi saya sebagai *upline*.<sup>6</sup>

Agar lebih mempermudah dalam memahami penjelasan mengenai setiap jenjang karir dari Ibu Santi yang sudah dijelaskan di atas, maka akan dipaparkan melalui tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Penjelasan Jenjang Karir Club Annisa Ceria**

Jenjang Karir	Volume Point Yang Harus Dicapai	Profit Yang Akan Didapat
<i>Member</i>	-	Diskon 25% / profit retail

<sup>6</sup>Ibid.

<i>Senior Consultant</i>	500 VP	- Diskon 35% / profit retail - Profit grosir
<i>Success Builder</i>	1000 VP	- Diskon 42% / profit retail - Profit grosir
<i>Qualified Producer</i>	Akumulasi 2.500 VP	- Diskon 42% / profit retail - Profit grosir
Supervisor	Akumulasi 4000 VP	- Diskon 50% / profit retail - Profit grosir - Royalti
<i>World Team</i>	2.500 TVP	- Diskon 50% / profit retail - Profit grosir - Royalti
<i>Global Expansion Team</i>	10.000 Royalti point	- Diskon 50% / profit retail - Profit grosir - Royalti - Kesempatan mendapatkan bonus produksi

**Tabel 2. Penjelasan Mengenai Penghasilan Club Annisa Ceria**

Jenis Profit	Keterangan
Retail (Eceran)	Keuntungan yang didapatkan dari harga diskon distributor dan dijual kembali kepada <i>costumer</i> dengan harga eceran. Yang mana <i>member</i> diskon 25%, <i>senior consultant</i> diskon 35%, <i>success builder</i> dan <i>qualified produser</i> diskon 42%, sedangkan supervisor ke atas diskon 50%. <sup>7</sup>
Grosir	Keuntungan dari selisih harga diskon <i>upline</i> dengan harga

<sup>7</sup>Herbalife, "Rencana Penjualan & Pemasaran dan Aturan Bisnis".

	diskon <i>downline</i> yang berstatus non-supervisor. Jadi setiap melakukan pembelian produk ke kantor <i>Herbalife</i> maka <i>upline</i> akan mendapatkan komisi dari selisih harga diskon tersebut. <sup>8</sup>
Royalti	<p>Keuntungan yang didapatkan dari <i>downline</i> yang berstatus supervisor 3 <i>line</i> ke bawah yang mana:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Supervisor dari <i>line</i> pertama sebesar 5% yang secara pribadi direkrut oleh Ibu Santi.</li> <li>2) Supervisor <i>line</i> kedua sebesar 5% yang direkrut oleh <i>line</i> pertama.</li> <li>3) Supervisor <i>line</i> ketiga sebesar 5% yang direkrut oleh <i>line</i> kedua.</li> </ol> <p>Untuk mendapatkan profit ini <i>upline</i> dan <i>downlinenya</i> yang juga berstatus supervisor harus mencapai VP tertentu terlebih dahulu selama satu bulan. Maka apabila tercapai, di bulan berikutnya akan dibayarkan pada tanggal 15, begitu seterusnya. Jika VP diantara keduanya tidak seimbang maka royalti yang akan didapatkan oleh <i>upline</i> pun juga di bawah 5% atau bisa saja tidak mendapatkannya sama sekali.<sup>9</sup></p>

Dan dalam hal keuntungan atau dengan kata lain seluruh penghasilan yang didapatkan, Ibu Santi mengatakan bahwa:

Penghasilan yang saya dapatkan dari keuntungan retail itu hanya cukup untuk kebutuhan saya sehari-hari, lalu untuk keuntungan grosir hanya sebagai komisi dari *member* saya yang non-supervisor, sedangkan pendapatan terbesar di *Herbalife* yaitu melalui penghasilan royalti. Seluruh penghasilan yang saya dapatkan tersebut atas hasil kerja saya yang saya lakukan didalam organisasi yang saya bangun.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Ibid

<sup>9</sup>Ibid

<sup>10</sup>Santi, wawancara oleh penulis di Palu, 05 Februari 2023.



Sedangkan dalam pembagian bonus dalam bisnis ini tidak ada, Ibu Santi mengatakan bahwa:

Tidak ada pembagian bonus diantara *upline* dan *downline* karena sistem dari bisnis ini, perusahaan akan memberikan sesuai dengan kerja keras masing-masing. Jadi jika *downline* ingin memperoleh penghasilan yang sama seperti saya, maka bangun juga organisasi sendiri dibawahnya.<sup>11</sup>

**Tabel 3. Jumlah Costumer dan Member di *Nutrition Club Annisa Ceria***

Member non-supervisor ( <i>Downline line pertama</i> )	5 orang
Member supervisor ( <i>Downline 3 tingkat ke bawah</i> )	25 orang
Costumer (Orang yang hanya mengonsumsi)	17 orang

### 3. Mekanisme Penjualan *Herbalife Nutrition*

Dalam penjualan produk cara yang dilakukan oleh para distributor yaitu dengan melakukan promosi. Berikut beberapa cara promosi antara lain:<sup>12</sup>

- a. Membagikan flayer/brosur pada tempat-tempat keramaian.
- b. Memperkenalkan produk melalui media sosial.
- c. Memperkenalkan produk pada tiap-tiap orang dengan mengukur berat badannya dan menjelaskan mengenai manfaat produk .
- d. *Shake party* yaitu distributor memperkenalkan produk di sebuah tempat dengan mengundang beberapa orang dan melakukan pengukuran berat badan, menjelaskan manfaat produk, serta membuat shake *Herbalife* untuk dicicipi oleh tamu-tamu tersebut.

Dari sini nantinya jika berminat dengan produk yang ditawarkan dapat langsung menghubungi Ibu Santi untuk berbicara lebih lanjut mengenai soal produk maupun harga dari produk tersebut. Ibu Santi akan menawari produk yang disajikan, untuk dapat langsung dikonsumsi di *Nutrition Club Annisa Ceria*

<sup>11</sup>Ibid.

<sup>12</sup>Santi, Owner Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 07 Februari 2023.

karena semua *costumer* harus merasakan sendiri terlebih dahulu produk dari *Herbalife*. Di *Nutrition Club Annisa Ceria* selain menyajikan produk, Ibu Santi juga yang mengatur pola hidup sehat yang harus *costumer* lakukan seperti menimbang berat badannya dan melihat asupan apa saja yang dibutuhkan untuk tubuhnya sehingga jumlah kalori yang diperlukan tercukupi setiap harinya.



**Gambar 1.2 Sajian Produk *Herbalife***

Seperti yang terlihat pada gambar, ketiga produk tersebut terdiri dari Aloe, *Shake*, dan Teh *Herbalife* yang disajikan oleh Ibu Santi dalam satu kali penyajian dengan harga Rp.55.000,-. Terdapat paket juga yang ditawarkan seperti paket 10 kali minum dengan harga Rp.500.000,- dan paket 30 kali minum dengan harga Rp.1.350.000. Selain itu Ibu Santi juga menjual produknya jika memang ingin disajikan sendiri dirumah. Berikut beberapa produk yang dijual di *Nutrition Club Annisa Ceria* :<sup>13</sup>

**Tabel 4. Produk Yang Dijual *Nutrition Club Annisa Ceria***

Jenis Barang	Harga Produk	No.Sertifikat LPPOM MUI	No.Registrasi BPOM
<i>Shake Mix</i>	Rp.561.000,-	LPPOM-	ML

<sup>13</sup>Pengecekan No. Sertifikat LPPOM MUI melalui website resmi <https://halalmui.org/>, pengecekan No. Registrasi BPOM melalui website resmi <https://cekbpom.pom.go.id/>, dan katalog produk melalui website resmi herbalife <https://www.herbalife.co.id/>. (14 Maret 2023).

		00120085301017	232009006550
<i>Herbal Concentrate Original</i>	Rp.528.000,-	LPPOM- 00130085291017	TI222087731
<i>Herbal Aloe Concentrate</i>	Rp.517.000,-	LPPOM- 00130085291017	TI134647651
<i>Herbalife Mixed Fiber Apple</i>	Rp.464.000,-	LPPOM- 00120085301017	ML 267009004550
<i>Personalized Protein Powder</i>	Rp.527.000,-	LPPOM- 00120085301017	ML 257309005550

Harga produk yang sudah tertera adalah harga resmi dari perusahaan yang mana Ibu Santi tidak boleh menambahkan ataupun mengurangi harga tersebut.

Sebagaimana penuturannya bahwa:

Produk *Herbalife* saya beli dengan mengeluarkan modal sehingga saya menjualnya pun sesuai dengan harga yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Jika *member* maka mendapat diskon pembelian dan jika *costumer* mendapat harga retail, karena keuntungan penjualan saya dapatkan dari sini. Makanya saya sebagai distributor membuka *Nutrition Club* ini agar dapat membantu bagi *costumer* yang tidak mampu untuk membeli produknya langsung, bisa membeli dalam bentuk sajian. Jika memang sewaktu-waktu terasa berat untuk membeli diantara keduanya dapat melakukan aturan pola hidup sehat yang pernah saya ajarkan ketika masih mengonsumsi produk *Herbalife*.<sup>14</sup>

Mengenai pembelian produk di dalam bisnis *Herbalife* tidak diperbolehkan membeli produk pada distributor lain selain dari pada distributor yang menjadikannya *costumer* ataupun *member*. Kecuali hanya sekedar membeli produk yang sudah disajikan pada *Nutrition Club* dimana saja.

Setelah itu penawaran akan berlanjut kepada bisnis yang akan dijelaskan lebih dalam oleh Ibu Santi, apakah ingin ikut berbisnis dan bergabung sebagai

---

<sup>14</sup>Santi, Owner Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 14 Maret 2023.

*member* atau hanya mau sebagai *costumer* saja. Karena tugas dari seorang distributor selain melakukan penjualan juga mencari anggota yang mau direkrut.

Syarat dalam pembukaan *Nutrition Club* adalah seseorang yang sudah pada tahap supervisor dan memiliki tempat untuk membukanya. Akan tetapi sebagaimana penuturan dari Ibu Santi bahwa:

Selama saya menjalani usaha dengan membuka rumah sehat, saya menyewa ruko sebagai tempatnya. Hanya saja sekarang sudah sekitar 5 bulan saya membuka *Nutrition Club* di rumah pribadi saya. Sebab jika harus memperpanjang sewa, membutuhkan budget yang besar lagi untuk uang sewanya. Karena jika dihitung keuntungann bisnis saya sebagian besar pengeluarannya pada biaya sewa tempat.<sup>15</sup>

Selain itu, Ibu Santi mengatakan bahwa diri sendiri bisa menjadi kendala yaitu:

Ketika bermalas-malasan dan memiliki kepribadian yang sombong sebab kita tidak akan mendapatkan apa-apa jika mengandalkan kesombongan, karena semua pendapatan, kita dapatkan dari orang lain. Makanya kami setiap bulannya harus mengikuti training untuk mempelajari banyak hal seperti teknik *marketing*, tentang kesehatan tubuh, dan yang paling penting adalah mempelajari tentang kepribadian diri, bagaimana memiliki etika yang baik dalam bersosialisasi. Karena hal ini saya banyak mendapatkan relasi dengan banyak orang. Serta kami diajarkan untuk selalu memiliki pikiran yang positif dalam menjalankan usaha.<sup>16</sup>

#### **4. Manfaat Produk *Herbalife* Bagi Para Konsumen *Nutrition Club***

##### **Annisa Ceria Kota Palu.**

Ibu Nirmala, sebagaimana penuturannya bahwa:

Saya ingin mengonsumsi produk ini karena ingin melakukan program diet dan menurut saya produk ini bagus, badan jadi lebih enak. Kandungan dari tehnya juga bagus membuat lancar pencernaan saya. Dan menurut saya juga, kalau menyajikan sendiri dirumah tanpa dikontrol tidak mendapatkan hasil yang maksimal. Tetapi kalau memang memiliki niat yang sungguh-sungguh untuk diet, mengatur pola hidup sehat setiap hari. Maka jika konsisten dengan apa yang dilakukan otomatis ada *feedback* yang akan dirasakan. Hanya saja kalau disajikan di *Nutrition Club* Annisa Ceria lebih praktis karena ada yang mengaturnya dari mulai membuatnya lalu menyajikan produk, memberitahu apa yang harus dimakan hari ini, mengontrol berat badannya kita, tanpa harus ribet sendiri.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup>Santi, wawancara oleh penulis di Palu, 07 Februari 2023.

<sup>16</sup>Ibid.

<sup>17</sup>Nirmala, Costumer *Nutrition Club* Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 08 Februari 2023.

Konsumen lain dari Ibu Santi yaitu Ibu Ita juga menuturkan bahwa:

Saya mengonsumsi produk ini karena ingin melakukan program diet. Dan program diet tersebut berhasil. Setelah saya mendapatkan tubuh ideal yang saya inginkan saya berhenti menggunakan produk *Herbalife*, tidak lama dari semenjak saya berhenti mengonsumsi saya positif hamil. Hal ini terus terjadi sampai saya hamil anak keempat saya.<sup>18</sup>

Selain itu Ibu Wigiati juga mengatakan bahwa:

Saya mengonsumsi produk *Herbalife* dari tahun 2014. Saya ingin mengonsumsi produk ini karena saya ingin sehat dan memiliki berat badan yang ideal, dan itu terbukti pada saya. Hanya saja, karena saya sulit untuk mengontrol nafsu makan saya yang terlalu berlebihan. Sehingga membuat hasilnya pun menjadi tidak stabil kadang berat badan saya naik kadang juga turun. Tetapi hasil yang sangat saya rasakan badan saya terasa segar dan merasa lebih awet muda.<sup>19</sup>

Dan ada juga salah satu konsumen yang sudah berhenti mengonsumsi produk *Herbalife* yaitu Ibu Sarinah, beliau mengatakan bahwa:

Saya mengonsumsi produk ini hanya sekitar 4 bulanan, saya membeli beberapa paket minum dan juga pernah membeli produknya saja. Alasan awalnya saya mengonsumsi produk ini karena saya mengidap penyakit maag. Hanya saja saya sudah berhenti mengonsumsinya dikarenakan harga produk yang lumayan mahal membuat saya tidak mampu lagi membelinya. Tetapi dari segi manfaat atau khasiat dari produknya bagus, membuat badan jadi lebih enak dan terasa segar. Sehingga bermanfaat untuk kesehatan tubuh, serta bagus untuk diet juga.<sup>20</sup>

Ibu Santi juga menuturkan bahwa:

Kebanyakan orang yang datang kepada saya untuk melakukan program diet tetapi setelah merasakan khasiatnya mereka melupakan program diet tersebut yang penting badan mereka terasa sehat. Akan tetapi ada beberapa orang juga yang berhasil dengan dietnya, seperti suami saya setelah kami mengenal dan mengonsumsi produk *Herbalife* ia berhasil menurunkan berat badannya, yang mana sebelumnya ia mengidap penyakit asma tetapi alhamdulillah semenjak berat badannya berkurang penyakit tersebut mereda.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Ita, Costumer Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 14 Maret 2023

<sup>19</sup>Wigiati, Costumer Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 15 Maret 2023.

<sup>20</sup>Sarinah, Costumer Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 08 Februari 2023.

<sup>21</sup>Santi, Owner Nutrition Club Annisa Ceria, wawancara oleh penulis di Palu, 08 Februari 2023.

**C. Praktik Multi Level Marketing Pada Bisnis Herbalife di Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.**

**1. Berdasarkan Akad Jual Beli**

**Tabel 5. Hasil Analisis Berdasarkan Akad Jual Beli**

Rukun & Syarat Akad Jual Beli	Sesuai/Tidak	Alasan
<i>Aqidain</i> (Penjual Dan Pembeli), dimana sebagai subjek yang berperan penting di dalam aktivitas jual beli.	Sesuai	Ibu Santi melakukan pembelian langsung di kantor <i>Herbalife</i> . Lalu di jual kembali melalui <i>Nutrition Club Annisa Ceria</i> . Jadi Ibu Santi melayani langsung para <i>costumer</i> maupun <i>member</i> yang dimilikinya yang ingin membeli produk. Karena produk <i>Herbalife</i> tidak dijual secara bebas di pasaran seperti toko, supermarket, dll.
<i>Ma'qud alaih</i> yaitu objek transaksi atau barang yang diperjualbelikan	Sesuai	Kehalalan dari produk <i>Herbalife</i> dapat dibuktikan dengan No. Sertifikat yang terdaftar pada Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan No. Registrasi BPOM. Memiliki manfaat sebagaimana hasil wawancara dari <i>costumer</i> Ibu Santi sendiri. Serta produk ini tentunya dapat diperoleh baik melalui perusahaan ataupun distributor langsung. Dan bahan-

		bahan pembuatan produknya jelas dari bahan alami tanpa adanya unsur kandungan yang haram.
Adanya nilai tukar sebagai pengganti barang	Sesuai	Harga eceran produk <i>Herbalife</i> sendiri sudah ditentukan secara resmi oleh pihak perusahaan tanpa adanya pengurangan dan penambahan dari para distributor yang dapat dilihat melalui katalog produk pada website resmi <i>Herbalife</i> (Lihat Lampiran 1). Sehingga konsumen dengan jelas mengetahui harga setiap produk. Begitupun diskon yang diberikan perusahaan kepada distributornya sesuai dengan jenjang yang mereka miliki.
<i>Sighat</i> yaitu ijab dan qabul yang dilafazkan atau diucapkan saat proses transaksi dilakukan.	Sesuai	Dalam penjualan produk Ibu Santi melakukan promosi terlebih dahulu kepada para calon <i>costumer</i> . Jika mereka berminat dengan produk yang ditawarkan bisa langsung membelinya kepada Ibu Santi. Dan juga nantinya dikontrol langsung oleh Ibu Santi sehingga bisa mendapatkan hasil yang diinginkan sesuai dengan apa yang

		dipromosikan.
--	--	---------------

## 2. Berdasarkan Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

**Tabel 6. Hasil Analisis Berdasarkan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah**

Prinsip Hukum Ekonomi Syariah	Sesuai/Tidak	Alasan
Halal	Sesuai	Dari data hasil penelitian produk <i>Herbalife</i> adalah produk yang halal dibuktikan dengan No. Sertifikat dari LPPOM MUI (Lihat lampiran 1) dan No.Registrasi BPOM. Serta cara perolehannya pun jelas, sebagaimana telah dijelaskan dalam akad jual beli. Hal ini sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu memiliki produk yang halal dan terbukti.
Maslahah	Sesuai	Bisnis ini membawa manfaat kepada para distributor melalui training bisnis yaitu mendapat ilmu dari segi <i>marketing</i> salah satunya mengetahui cara bersosialisasi yang baik sehingga dapat memiliki banyak relasi dengan orang lain. Serta mengetahui cara mengatur pola hidup sehat yang baik dan benar. Dan produk <i>Herbalife</i> membawa masalah bagi para



		<p>kosumen. Hal ini sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu membawa masalah bagi pihak lain.</p>
Kebebasan Bertransaksi	Sesuai	<p>Bisnis ini memenuhi rukun dan syarat dalam akad jual beli yang mana di dalamnya tidak terdapat paksaan atau hal yang mendzalimi orang lain. Hal ini sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu kebebasan dalam bertransaksi.</p>
Kerja Sama	Sesuai	<p>Bisnis <i>Herbalife</i> tidak dapat dijalankan sendiri karena kesuksesan para distributor melalui kerja sama tim di dalam satu organisasi yaitu dalam mengatur strategi penjualan sehingga memperoleh penghasilan yang maksimal dan mengumpulkan VP untuk dapat mempertahankan organisasi mereka. Hal ini sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu adanya kerja sama.</p>
Keadilan	Tidak	<p>Dalam jenjang karir di <i>Herbalife</i> semakin tinggi status maka akan semakin menyulitkan distributor.</p>

		<p>Mereka harus mengumpulkan VP baik itu VP untuk naik pada jenjang berikutnya, VP pendapatan, maupun VP mempertahankan status mereka yang tentunya semua itu memerlukan modal. Selain itu harus melakukan penjualan dan mencari anggota untuk direkrut karena terdapat pendapatan juga disitu. Maka dari itu, dengan sistem matahari yang digunakan dalam pengembangan jaringan bisnis tidak hanya dilihat dari seberapa aktif dalam mencari anggota, tetapi untuk memiliki kesempatan yang sama dalam memperoleh keuntungan baik <i>upline</i> maupun <i>downline</i> harus memiliki banyak modal agar bisa mengumpulkan VP tersebut. Hal ini menjadi tidak adil terhadap distributor karena mereka lah yang menghabiskan produk dan mereka juga yang harus bekerja keras. Sementara perusahaan sendiri sudah mendapatkan keuntungan dari mereka. Dalam hal ini mengandung unsur yang melanggar prinsip syariah yaitu</p>
--	--	---

		berbuat <i>zhalim</i> sehingga tidak sesuai dengan prinsip keadilan.
Transparansi	Tidak	Di dalam bisnis <i>Herbalife</i> terdapat pembayaran iuran anggota yang dibayarkan setiap tahun agar tetap mendapatkan diskon yang mana Ibu Santi sendiri tidak mengetahui uang iuran tersebut digunakan untuk apa. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah yaitu transparansi.
Amanah	Sesuai	Sebelum memulai bisnis <i>Herbalife</i> Ibu Santi memulainya dari seorang <i>costumer</i> (pelanggan) dimana ia bersama suaminya harus mencoba sendiri produk terlebih dahulu baru setelah itu Ibu Santi menjadi distributor untuk menjualkan produknya. Sehingga nantinya para <i>costumer</i> dari Ibu Santi dapat mempercayai produk yang dijualnya dengan dibuktikan oleh dirinya sendiri dan hasil yang signifikan dari suaminya setelah mengonsumsi produk. Hal ini sesuai dengan prinsip

		hukum ekonomi syariah yaitu amanah terhadap produk yang dijualnya.
--	--	--

**3. Berdasarkan Pendapat Ulama Mengenai Pendapatan Bisnis Herbalife:**

**Tabel 7. Hasil Analisis Mengenai Pendapatan Nutrition Club Annisa Ceria**

Jenis Profit	Sumber Pendapatan	Pendapat Ulama
Retail (Eceran)	Keuntungan yang di dapatkan dari hasil penjualan produk.	Sebagaimana Fatwa DSN-MUI yang membolehkan praktik MLM menjelaskan bahwa komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan hasil penjualan dan harus menjadi pendapatan utama distributor.
Grosir	Keuntungan yang diberikan perusahaan kepada <i>upline</i> dari selisih harga diskon antara <i>upline</i> dan <i>downline</i> non supervisor ketika <i>downline</i> tersebut membeli produk di kantor Herbalife.	Hal ini sebagai komisi yang diberikan perusahaan kepada distributornya terhadap perekrutan anggota baru yang dilakukan. Sebagaimana pendapat Lembaga Fatwa Al-Azhar Mesir yang membolehkan bahwa praktik pemasaran MLM sama dengan praktik <i>samsarah</i> yang dimana terdapat perantara antara penjual dan pembeli sehingga komisi yang

		diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk motivasi agar terus memasarkan produk perusahaan.
Royalti	Pendapatan yang diberikan dari masing-masing <i>downline</i> supervisor 3 tingkat ke bawah sebesar 5%. Untuk memperoleh keuntungan syaratnya adalah mengumpulkan VP baik itu Ibu Santi maupun <i>dowlinenya</i> tersebut.	Dalam hal ini pendapatan royalti mengandung riba <i>fadhl</i> , karena Ibu Santi juga harus mengeluarkan sejumlah uang kepada perusahaan dengan cara membeli produk untuk mengumpulkan VP agar mendapat royalti. Sebagaimana pendapat Mayoritas Para Ulama Kontemporer juga Fatwa Dewan Ulama Kerajaan Arab Saudi, Keputusan Lembaga Fikih Islam di Sudan, dan Fatwa Pusat Kajian dan Penelitian Imam Albani Yordania, bahwasanya bisnis MLM hukumnya haram karena disebabkan oleh sistem operasionalnya salah satunya yaitu riba <i>fadhl</i> dilihat dari segi anggotanya yang membayar uang dengan jumlah yang kecil untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar dari yang sudah ia keluarkan. Sehingga ada selisih nilai di dalamnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. *Kesimpulan*

1. Di dalam praktek bisnis *Herbalife* sebagai distributor memiliki dua tugas yaitu penjualan dan perekrutan, yang mana di dalam rencana pemasarannya terdapat tahap-tahap jenjang karir yang dimulai dari *member* yang diberikan diskon 25% sampai dengan supervisor ke atas yang diberikan diskon 50%. Untuk bisa mencapai tahap setiap jenjang karir terdapat VP yang harus dicapai sehingga memiliki jumlah tertentu yang menjadi target. Fungsi VP ada tiga yaitu untuk mencapai setiap jenjang karir di dalam bisnis, memperoleh penghasilan, dan mempertahankan status jenjang karir yang dimiliki. Lalu penghasilan yang diperoleh yaitu dari hasil penjualan, keuntungan grosir, dan royalti. Sedangkan mekanisme penjualan di dalam bisnis *Herbalife* yaitu dengan cara melakukan promosi produk dan membuka *Nutrition Club* atau biasa disebut dengan rumah sehat.

Praktek bisnis *Herbalife* di *Nutrition Club* Annisa Ceria Kota Palu ada yang sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah antara lain prinsip Halal dari segi kandungan produk maupun cara perolehannya, Masalah dari segi ilmu yang diberikan perusahaan kepada distributor melalui training bisnis dan manfaat produk terhadap para konsumen, Kebebasan Bertransaksi dari segi akad jual beli yang terpenuhi, Kerja Sama dari segi mengatur strategi penjualan yang dilakukan dalam organisasi, serta Amanah dari segi produk yang dijual kepada konsumen. Sedangkan yang lainnya terdapat 2 prinsip yang tidak sesuai antara lain prinsip transparansi dari segi iuran keanggotaan dan prinsip

Keadilan dari segi volume point. Mengenai pendapatan, Pertama dari hasil penjualan sebagaimana sesuai dengan Fatwa DSN-MUI tentang PLBS, Kedua dari keuntungan grosir sebagaimana pendapat Lembaga Fatwa Al-Azhar Mesir yang membolehkan hal tersebut, dan Ketiga dari pendapatan royalti mengandung adanya unsur riba *fadhhl* di dalamnya sebagaimana pendapat Mayoritas Para Ulama Kontemporer Juga Fatwa Dewan Ulama Kerajaan Arab Saudi, Keputusan Lembaga Fikih Islam Di Sudan, Dan Fatwa Pusat Kajian Dan Penelitiann Imam Albani Yordania yang mengharamkan praktik MLM.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan oleh penulis di dalam skripsi ini, penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bisnis *Herbalife* baik perusahaan maupun para distributor khususnya *Nutrition Club Annisa Ceria* agar lebih memperhatikan sistem pemasaran *multi level marketing* yang digunakan dalam menjalankan bisnis yaitu untuk selalu mengedepankan prinsip syariah dan menghindari unsur yang dapat melanggar prinsip syariah itu sendiri. Apalagi di Indonesia memiliki mayoritas penduduk yang beragama islam, sehingga Fatwa DSN-MUI sendiri sudah mengeluarkan ketentuan mengenai aturan penjualan langsung berjenjang syariah agar umat islam tidak keluar dari ketentuan syariat islam dalam berbisnis.
2. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, sebab melalui perkembangan bisnis kedepannya maka akan ada bahan yang menjadi penelitian selanjutnya. Dengan demikian penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi terhadap khazanah ilmu pengetahuan.

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-Karim*

- Arik, Yosy, Putri Lestari, dan Khusniati Rofiah. "BISNIS HERBALIFE NUTRITION CLUB CUPID CERIA PERSPEKTIF FATWA DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009 (Herbalife Nutrition Club Cupid Ceria Business Practices Perspective DSN MUI Fatwa No. 75/DSNMUI/VII/2009)"1,no. 2 (2021):1-16.<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/invest/article/view/2663>. (diakses 15 Juli 2022).
- Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). "Tentang Kami", *Situs Resmi APLI*. <https://www.apli.or.id/pages/tentang-kami> (21 Agustus 2022).
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia "DSN-MUI". last modified 2022. [https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/?s=PLBS&post\\_types=all](https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/?s=PLBS&post_types=all).(diakses 24 Agustus 2022).
- Djazuli, A. "KAIDAH-KAIDAH FIKIH," in *Kaidah-Kaidah Hukum Islam Dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah Yang Praktis*. Edisi Pertama. Cet. 8; Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2019.
- Gramedia Blog. "Pengertian Bisnis MLM: Ciri-ciri, Tujuan, Dan Contohnya", *Situs Gramedia*. <https://www.gramedia.com/best-seller/bisnis-mlm/> (21 Agustus 2022).
- Hasan, Akhmad Farroh . "FIQH MUAMALAH," in *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktek)*. ed. Zainuddin M.Cet. 1; Malang: UIN-Maliki Press, 2018.
- Harefa, Andrias. "Multi Level Marketing," in *Alternatif Karier Dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999. Dikutip dalam Habib Ismail et al., "Implementasi Asuransi Syari'Ah Berbasis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Maqashid Syari'Ah Jaser Auda" 5, no. MLM (2022): 72-86. <https://journal.uir.ac.id/index.php/syariat/article/view/8880/4353>.(diakses 20 Agustus 2022).
- Helmarini, M, dan Ilham Abdullah. "Mengkaji Materi Pelatihan Kewirausahaan Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Produk Leafhea: Sabun Dan Serum Untuk Kesehatan Dan Kecantikan Kulit Dan Wajah," *Economic Edu* Vol.2 No.2 (2022): 78. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/ecoedu/article/view/2913>. (diakses 20 Agustus 2022).
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah Dari Halal- Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*.Depok: Qultum Media, 2005. Dikutip dalam H. Asyura, Leni Masnidar Nasution,dan Imam Muhardinata, eds., *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah*.Cet. 1; Yogyakarta: Deepublish, 2021.



- Latifah, Umi, Yusuf Baihaqi, dan Jayusman. "Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing," *Asas.3*, no. MLM (2021): 1–23, <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/asas/article/view/11276%0Ahttp://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/asas/article/download/11276/5062>.(diakses 14 Agustus 2022).
- LMS-SPADA INDONESIA Kemendikbud. "Data dan Sumber Data Kualitatif". *Official Website Kemdikbud*. [https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod\\_folder/content/0/Data%20dan%20Sumber%20Data%20Kualitatif.pdf?forcedownload=1](https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/553988/mod_folder/content/0/Data%20dan%20Sumber%20Data%20Kualitatif.pdf?forcedownload=1), diakses 14 september 2022.
- Mizan, Akrom. "Pandangan Dosen Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Raden Fatah Palembang Tentang Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi". UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG, 2018. <http://eprints.radenfatah.ac.id/id/eprint/2648>.(diakses 15 Juli 2022).
- Mahargiyantie, Sri. "PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP EKONOMI SYARIAH" 1, no.1 (2020): 61-4. <http://jurnal.umika.ac.id/index.php/almisbah/article/view/76/270>.(diakses 9 Juli 2022).
- Muhammad, Fauzi, dan Baharuddin Ahmad. *FIKIH BISNIS SYARIAH KONTEMPORER*, 1st ed.Cet.1; Jakarta: KENCANA, 2021.
- Maharani. "Eksistensi Multi Level Marketing Tiens Syariah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Anggota Di Kota Pare-Pare" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN Pare-Pare), 2020), <http://repository.iainpare.ac.id/1413/1/15.2200.049.pdf> .26. (diakses 26 September 2022).
- Masyhuri, A Washil, dan Minhatun. "Multi Level Marketing (MLM) Perspektif 'Urf Dan Istihsan Abdul Wahab Khallaf," *Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman* 4, no. 2 (2021): 249-263, <https://www.jurnal.instika.ac.id/index.php/jpik/article/view/211/129>.
- Mardani."FIQH EKONOMI SYARIAH", in *Fiqh Muamalah*, ed.Pertama. Cet.5; Jakarta: Kencana, 2019.
- Nutrition For A Better Life, diakses 19 januari 2023, <https://dietnutrisiherbalife.wordpress.com/about/sejarah-herbalife/>.
- PT. Herbalife Indonesia. "HERBALIFE NUTRITION," *Mei*, last modified 2021. <https://www.herbalife.co.id>. (diakses 13 Juli 2022).
- PT. Herbalife Indonesia. "Meraih Peluang Bersama Herbalife" (Jakarta Selatan, n.d.). <http://edge.myherbalife.com>.
- Rahmawaty, Anita. "BISNIS MULTILEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF ISLAM" (n.d.): 68-83. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/716>.(diakses 09 Juli 2022).

- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no.33 (2019): 81.<https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/download/2374/1691>.(diakses 20 Agustus 2022).
- Sudiarti, Sri. *FIQH MUAMALAH KONTEMPORER*. ed. Dr. Isnaini Harahap. Cet. 1; Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.
- Sudaryono. "METODOLOGI PENELITIAN," in *Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method*, Kedua. Depok: Rajawali Pers, 2021.
- Utami, Ayu. "Mau Join MLM? Kenali Dulu Bedanya Skema Matahari, Binary & Money Game", *Situs Pop-Bela*. <https://www.popbela.com/career/working-life/nurul-ayu-utami/perbedaan-skema-matahari-binary-money-game> (diakses 21 September 2022).
- UIN SATU Tulungagung. Repository UIN SATU Tulungagung. <http://repo.iain.tulungagung.ac.id/3883/4/BAB%20III.pdf>. Diakses 14 September 2022.
- Wahida, Nurul. "*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Penjualan Berjenjang Pada PayTren PT.Veritra Sentosa Internasional Bandung (Studi Mitra PayTren Di Palu)*". Institut Agama Islam Negeri Datokarama Palu, 2019.
- Wajdi, Farid, dan Suhrawardi K. Lubis. *HUKUM EKONOMI ISLAM*, ed. Tarmizi, Edisi Revisi. Cet.1; Jakarta: Sinar Grafika, 2020.

**Lampiran 1: Pedoman Wawancara**

1. Bagaimana cara kerja pada bisnis herbalife nutrition?
2. Bagaimana rencana pemasaran pada bisnis herbalife?
3. Bagaimana sistem jaringan pada bisnis herbalife nutrition?
4. Bagaimana pembagian bonus pada bisnis herbalife nutrition?
5. Bagaimana mekanisme penjualan produk herbalife?
6. Berapa harga produk-produk dari herbalife?
7. Apakah terdapat manfaat pada produk herbalife bagi konsumen?
8. Apakah sesuai dengan akad jual beli?
9. Apakah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah?

## Lampiran 2: Daftar Harga Produk Herbalife

<b>Daftar Produk Nutrisi</b>	<b>Harga Produk</b>	<b>No. Sertifikat LPPOM MUI</b>
<b>Shake Mix All Variant</b>	Rp. 561.000,-	LPPOM-00120085301017
<b>Herbal Concentrate Original</b>	Rp. 528.000,-	LPPOM-00130085291017
<b>N.R.G Instant Tea</b>	Rp. 347.000,-	LPPOM-00280085311017
<b>Herbal Concentrate Honey Ginger Flavour</b>	Rp. 528.000,-	LPPOM-00130085291017
<b>Green Tea Pomegranate Flavour</b>	Rp. 687.000,-	LPPOM-00120085301017
<b>Personalized Protein Powder</b>	Rp. 527.000,-	LPPOM-00120085301017
<b>Cell-U-Loss</b>	Rp. 316.000,-	LPPOM-00280085311017
<b>Herbalifeline 1000</b>	Rp. 649.000,-	LPPOM-00280088820518
<b>Niteworks Lemon</b>	Rp. 829.000,-	LPPOM-00280085311017
<b>Nutrition Active</b>	Rp. 539.000,-	LPPOM-00280085311017
<b>Herbal Aloe Concentrate All Variant</b>	Rp. 517.000,-	LPPOM-00130085291017
<b>Herbalife Fiber &amp; Herb</b>	Rp. 254.000,-	LPPOM-00130085291017
<b>Herbalife Mixed Fiber Apple</b>	Rp. 464.000,-	LPPOM-00120085301017
<b>Produk Skincare</b>	<b>Harga Produk</b>	<b>No. Sertifikat LPPOM MUI</b>
<b>Polishing Citrus Cleanser</b>	Rp. 385.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Soothing Aloe Cleanser</b>	Rp.385.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Herbalife SKIN Energizing Toner</b>	Rp. 747.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Daily Glow Moisturizer</b>	Rp. 650.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Instant Reveal Berry Scrub With Bamboo Extract</b>	Rp. 303.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Purifying Mint Clay Mask</b>	Rp. 327.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Herbalife Skin Protective Spf</b>	Rp. 650.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Line Minimizing Serum</b>	Rp. 866.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Replenishing Night Cream</b>	Rp. 650.000,-	LPPOM-00150099841119
<b>Herbal Aloe Everyday Body Wash</b>	Rp. 286.000,-	LPPOM-00150099841119

### Lampiran 3: Jenjang Karir Bisnis Herbalife

JENJANG KARIR	HAK DISKON
<i>Member</i>	25%
<i>Senior Consultant</i>	35%
<i>Success Builder</i>	42%
<i>Qualified Producer</i>	42%
<i>Supervisor</i>	50%
<i>World Team</i>	50%
<i>Global Expansion Team</i>	50%
<i>Millionaire team</i>	50%
<i>President team</i>	50%
<i>Chairmain's club</i>	50%
<i>Founder's circle</i>	50%

Lampiran 4: Produk Yang Dijual di *Nutrition Club Annisa Ceria*

**Gambar & Nama Produk**

**Kandungan**



Minuman kedelai yang mengandung Tinggi protein, serat, vitamin dan mineral



Mengandung 5 gram protein kedelai dan whey, 9 asam amino esensial, dan rendah kalori.



Campuran ekstrak orange pekoe tea, ekstrak biji guarana, ekstrak kulit lemon, dan kafein.



Campuran teh hijau dan orange pekoe dengan biji cardamom, malva, dan hibiscus.



Minumana yang mengandung aloe vera sebagai alternatif dari minuman manis dan tinggi kalori



Minuman serbuk rasa apel yang mengandung 5 gram serat yaitu serat pangan, baik yang larut dan tidak larut air.





Lampiran 5: Gambar Owner Dan Costumer Setelah Mengonsumsi Herbalife





Lampiran 6: Brosur Promosi Produk *Herbalife* di *Nutrition Club Annisa Ceria*

# HASIL YANG BICARA

#hasil tiap individu bervariasi

**Rusli Turun 23 KG    Fitriana Turun 23 KG    Prilly Turun 22 KG    Ridwan Turun 17 KG**

**Marlia Turun 8 KG    Espi Turun 8 KG    Newir Naik 14 KG    Nurhayati Naik 8 KG**

**← Apa SARAPAN Anda setiap hari? →**

**↳ Sering Ngantuk ? Kurang Stamina ?**  
**↳ Susah Naik/Turun Berat Badan ?**  
**↳ Daya tahan tubuh Lemah ?**

**← SANTI MAKAMAKI ANDA DENGAN "NUTRISI SEL" →**

**SOLUSI UNTUK :**

- Sebagai asupan energi harian
- Menurunkan kolesterol dan trigliserida darah
- Pemeliharaan Pundi Buaran Pria / Wanita / Menopause MS
- Mengurangi Berat Tubuh
- Meningkatkan Stamina
- Meningkatkan Sel Tubuh
- Meningkatkan Daya Tahan Tubuh

**Kontak Kami :**  
**0823-4648-9858**  
**SANTI**  
**0823-4648-9858**  
**Rumah schar Annisa**

Lampiran 7: Sertifikat *Herbalife* Sebagai Tanda Keanggotaan APLI

Nama	PT. HERBALIFE INDONESIA
Alamat	CIBIS Nine Building Ground & 6th Floor Jl. TB Simatupang No.2, Jakarta 12560
Phone	02180682900
Fax	02180682929
Email	memberservices_indonesia@herbalife.com
Website	<a href="https://www.herbalife.co.id/">https://www.herbalife.co.id/</a>



Lampiran 8: Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).



**FATWA  
DEWAN SYARIAH NASIONAL  
No : 75/DSN MUI/VII/2009  
Tentang  
PEDOMAN  
PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH (PLBS)**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) setelah

- Mendengar**
- a. bahwa metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jaringan pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk di dalamnya *Multi Level Marketing (MLM)* telah dipraktikkan oleh masyarakat;
  - b. bahwa praktik penjualan tersebut menimbulkan jasa, seperti: tim-  
an dan guru budi a telah berkolaborasi, partisipasi serta pendapat  
kepada para PLBS yang berjualan, sehingga telah dapat  
menyebabkan permasalahan yang berkaitan syariah;
  - c. bahwa praktik penjualan tersebut menimbulkan jasa seperti: tim-  
an dan guru budi a dapat berkolaborasi, partisipasi serta pendapat  
dan berkolaborasi, sehingga telah dapat menimbulkan
  - d. Majelis para ahli syariah Indonesia diarahkan untuk dapat  
mengeluarkan praktik penjualan langsung berjenjang syariah  
(PLBS), DSN-MUI perlu menetapkan Fatwa tentang  
Pedoman PLBS.

- Mengucapkan**
1. **Keputusan Majelis Ulama Indonesia**
    - a. **Keputusan Majelis Ulama Indonesia**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Keputusan yang berkekuatan hukum tetap yang berlaku  
kecuali dinyatakan sebaliknya, sebagaimana tercantum dalam  
yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia yang berkekuatan  
hukum tetap.

- d. QS. al-Ma'idah [5]: 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَلْزَمُوا بِالْعَقْرِ...

"Hai orang yang beriman! Pemeliharaan ekolokasi itu..."

- e. QS. al-Ma'idah [5]: 2

...وَأَلْزَمُوا عَلَى الْبَيْتِ وَالتُّرُكِيِّ...

"...dan telah menaruhkan beban rumah (meningkatkan keberagaman)..."

- f. QS. al-Baqarah [2]: 1-3

يَوْمَ تَبْيَضُّ وُجُوهٌ وَتَسْوَدُّ وُجُوهٌ فَأُولَئِكَ الَّذِينَ امْتَرُوا وُجُوهَهُمْ وَأُولَئِكَ الَّذِينَ هُمْ يُرْتَابُونَ

"Keuntungan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila memutuskan perkara diadukan tidak dapat lagi dipertahankan dan apabila dipertanyakan apa saja yang mereka peroleh dari orang lain, mereka menyangkal."

- g. QS. al-Baqarah [2]: 198

...كَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَقْرَأُوا فُتُوهُنَ مِنْ رِيبِكُمْ...

"...Tidak ada salahnya bagimu untuk membaca koran atau tabloid..."

- h. QS. al-Baqarah [2]: 275

...وَسَأَلِ اللَّهَ فَحَرَّمَ إِلَيْهَا...

"...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

- i. QS. al-Baqarah [2]: 279

...لَا تَقْلُبُوا وَلَا تَقْلُبُونَ...

"... Kamu tidak boleh menzalimi orang lain dan tidak boleh dizalimi orang lain."

- j. QS. al-Ma'idah [5]: 90

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا شَرِبُوا وَلَمْ يَشْبَرُوا وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْمُزُوا مِنْ عَمَلٍ شَرٍّ أُولَئِكَ هُمُ الَّذِينَ آمَنُوا بِالْحَقِّ وَهُمْ عَلَى الْحَقِّ

"Hai orang yang beriman! Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"Siapa yang memimpin kami, maka dia tidak termasuk golongan kami." (yaitu siapa yang mengajak kepada agama lain selain Islam)

C. Uraian Materi

وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا

"Tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru, yang pertama kali diciptakan oleh Allah, yang kekal abadi dan tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru." (QS. Al-Baqarah: 22)

1. Maksud Ayat

وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا  
وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا

"Seorang kafir itu Allah menciptakan kembali dengan kufuran yang baru, yang pertama kali diciptakan oleh Allah, yang kekal abadi dan tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru." (QS. Al-Baqarah: 22)

2. Maksud Ayat

وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا

"Tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru, yang pertama kali diciptakan oleh Allah, yang kekal abadi dan tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru." (QS. Al-Baqarah: 22)

3. Maksud Ayat

a. Maksud Ayat

وَمَا يَكْفُرُ إِلَّا كُفْرًا بَدِيعًا قَدِيمًا

"Tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru, yang pertama kali diciptakan oleh Allah, yang kekal abadi dan tidak ada yang mengufurkan kecuali dengan kufuran yang baru." (QS. Al-Baqarah: 22)

b. Kaidah Fikih:

الأثر على قدر الشئ

"Ujrah kompromisi sesuai dengan tingkat kerakiban (harga)"

- Memperhatikan : 1. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang **Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan**.
2. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 73/MPP/Kep/3/2000 tanggal 20 Maret 2000 tentang **Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan**.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 104/PER/M/2010 tentang **Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan**.
4. Peraturan Menteri Perdagangan di Nomor 104/PER/M/2010 tanggal 20 Agustus 2010 tentang **Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan**.

**MEMPERHATKAN** : **KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN TENTANG KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

- Kontes** :
- a. **Keputusan Menteri**
1. **Keputusan Menteri Perdagangan** adalah keputusan yang dibuat oleh pemerintah yang berwenang untuk mengatur atau mengatur kegiatan perdagangan yang berkaitan dengan barang, jasa, atau jasa.
  2. **Keputusan** adalah suatu tindakan yang bersifat: (a) mengatur; maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
  3. **Keputusan** juga bersifat mengatur kegiatan yang berkaitan dengan barang, jasa, atau jasa.
  4. **Perusahaan** adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan barang yang melibatkan minimal satu orang penjual dan pembeli yang berlainan.
  5. **Konsumen** adalah pihak penerima barang dan atau jasa, dan tidak bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkannya.

6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja mitra yang telah dianggap dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. Komisi adalah kompensasi tambahan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. Komisi adalah bagian dari laba mitra yang dipersebutkan orang lain terhadap karya/karyanya jika pekerjaan/karya itu akan membuat laba orang lain memperoleh laba atau keuntungan yang signifikan.
9. Komisi dalam bentuk langsung dipersebutkan atau dipersebutkan secara langsung yang menjadi bagian dari pendapatan mitra dan mitra lain yang dipersebutkan. Komisi tidak boleh dipersebutkan kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamuffase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
10. *Successor member* adalah basis mitra laba yang berlebihan yang dikalikan dengan hal-hal lain di atas biaya.
11. *Member for member* adalah strategi periklanan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
12. Mitra sukarelawan adalah pengasah/mitra yang menjadikannya sebagai mitra sukarelawan penjualan langsung.

### Ketuis

#### 1. Kepraktisan Praktis

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
2. *Barang atau produk jasa yang diperjualbelikan bukan semata-mata dipersebutkan oleh mitra yang dipersebutkan untuk keperluan atau tujuan.*
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *udhiyir*, *riba*, *dhakar*, *af'alim*, *hukuk*.
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*) sehingga ketuglasan/ketipuhan mitra tidak signifikan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota lain termasuk kepada perantara lain berdasarkan prestasi kerja mitra yang telah dianggap dengan



23. Bedanya Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (KLSB): 3

voluma atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PAAB.

6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota jamaah, melalui semua jalur penyalurannya, tidak diberikan secara tunai kepada semua anggota perusahaan tersebut dan atau produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan;
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus tunai yang diberikan kepada semua anggota semua perusahaan penyalurannya dan atau penyalur barang dan atau jasa;
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota jamaah, melalui jalur penyalurannya, tidak;
9. Tidak ada eksploitasi dan eksploitasi, dalam pemberian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
10. Semua perusahaan yang berjenis, bentuk, pengorganisasian, dan semua aktivitas yang dilakukan tidak boleh melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan syariah atau tidak boleh, secara langsung, tidak langsung dan tidak-lain;
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perikutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengembangan kepada anggota yang dititinkannya, termasuk;
12. Tidak ada tindakan, kegiatan, maupun proses

**Kesimpulan**

1. **Ketentuan Akad**  
Akad-akad yang dapat digunakan dalam KLSB adalah:
  1. Akad *Wakalah bil Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Wakalah bil Ijarah* pada *Akumulasi dan Perencanaan Syariah*;
  2. Akad *Wakalah bil Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Wakalah bil Ijarah* pada *Akumulasi dan Perencanaan Syariah*;
  3. Akad *Wakalah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Wakalah*;
  4. Akad *Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Persbiayaan Ijarah*;
  5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah disetujui oleh Fatwa MUI 1/2010-506.H.

**Kesimpulan**

1. **Ketentuan Penyaluran**
  1. Ada syarat penyaluran di semua jalur penyalur, dalam penyalurannya dilakukan berdasarkan ketentuan penyaluran masing-masing yang berlaku dan sesuai dengan syariah

25. Peristiwa yang telah berlangsung dan berjalan dengan baik.

2. Untuk itu, kami berharap sejak sekarang ditetapkannya dengan lisan, agar jika di kemudian hari terdapat kesalahpahaman, maka akan lebih baik daripada apa yang telah terjadi sebelumnya.

Disampaikan di : Jakarta  
Pada tanggal : 15 Desember 2019  
CS: 000 0000 000

**ORGANISASI KEMAJUAN ISLAM  
MAJELIS ULAMA INDONESIA**

Ketua,



**DR. K.H. M.A. SAHAL MAHFUDH**

Sekretaris,



**DRS. H.M. ICHWAN SAM**

## Lampiran 9: Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU**  
 جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU**  
**FAKULTAS SYARIAH**  
 Jl. Diponegoro No.23 Palu, Telp. 0451-450708, Fax. 0451-490165  
 Website : <http://www.iainsulawesi.id> email: [info@iainsulawesi.id](mailto:info@iainsulawesi.id)

---

Nomor : 095 / Un.24 / F.II.1 / PP.00.9 / 02/2023 Palu, 2 Februari 2023  
 Sifat : Penting  
 Lampiran : -  
 Hal : Surat Izin Penelitian

**Yth. Owner Nc. Annisa Ceria**  
 Di -  
 Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Yuniati Sidiki
NEM	: 193070072
TTL	: Palu, 13 Juni 2003
Semester	: VI (Tujuh)
Fakultas	: Syariah
Prodi	: Hukum Ekonomi Syariah
Alamat	: Jl. Beraiki Rahmat No. 10


Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: *Praktik Multi Level Marketing Pada Bisnis Herbalife di Nutrition Club Annisa Ceria Kota Palu.*

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Ubay, S.Ag, M.S.I
2. Dra. Murniati Ruslan, M.Pd.I.

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk mengadakan penelitian di Owner Nc. Annisa Ceria Setempat.





Demikian surat ini, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam,  
 a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan Bidang Akademik &  
  
 Dr. Murniati Ruslan B, S.H., M.Ag.  
 NIP. 19641206 200012 1 001

## Lampiran 10: Surat Balasan Izin Penelitian



## Lampiran 11: Lembar Pengajuan Judul Skripsi

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU جامعة دارالافتاء الإسلامية المستوطنة بالو STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU <b>FAKULTAS SYARIAH</b> Jl. Diponegoro No. 23, Lere, Kec. Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94221 <small>Tel: (0451) 450000, Fax: (0451) 450001, Email: info@uisuipalu.ac.id, www.uisuipalu.ac.id</small>			
<b>PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI</b>			
Nama	: YUNIATI SIDIKI	NIM	: 193070022
TTL	: Palu, 15 Juni 2002	Jenis Kelamin	: Perempuan
Prodi	: Hukum Ekonomi Syariah	Semester	: VI (Enam)
Alamat	: Jl. Basuki Rahmat No.10	HP	: 0832-49101-0919
Judul	:		
1. Judul I	Praktik Multi level Marketing Pada Bisnis Herbalife Di Nutrition Club Annisa Ceria Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.		
2. Judul II	Perlindungan Hukum Terhadap Driver Ojek Online Maxim Di Kota Palu Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.		
3. Judul III	Praktik Penyelesaian Tanah Ulabi Lahan Perkebunan Dalam Perspektif Kompleksi Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di desa Alitupa, Kecamatan Lere utara, Kabupaten Poto).		
		Palu, ..... 2022	
		Mahasiswa,	
			
		YUNIATI SIDIKI	
		NIM. 193070022	
Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan			
Pembimbing I:	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I		
Pembimbing II:	Dra. Musria F. Ruslan, M.Pd.I		
an. Dekan	Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kolaborasi & Kerjasama		
			
Dr. M. Taqwan B. S.H., M.Ag.			
NIM. 10710827200003 1 002			
	Ketua Program Studi,		
	NIP. ....		

Lampiran 12: Dokumentasi Wawancara *Owner Nutrition Club Annisa Ceria*





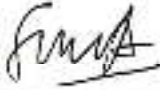



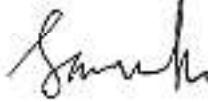
Lampiran 13: Dokumentasi Wawancara *Costumer Nutrition Club Annisa Ceria*







Lampiran 14: Data Informan

Nama	Tanda Tangan
<b>Ibu Santi (Owner Nutrition Club Annisa Ceria)</b>	
<b>Ibu Nirmala (Costumer)</b>	
<b>Ibu Ita (Costumer)</b>	
<b>Ibu Wigiati (Costumer)</b>	
<b>Ibu Sarinah (Costumer)</b>	

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Yuniati Sidiki  
NIM : 193070022  
Tempat & Tanggal Lahir : Palu, 13 Juni 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : JL. Basuki Rahmat  
No. WA : 0831 3227 4069  
Email : [yuniatisidiki13@gmail.com](mailto:yuniatisidiki13@gmail.com).

### B. Nama Orang Tua

Nama Ayah : Purn. AD Tjipto Sidiki (ALM)  
Nama Ibu : Saharia DJ Sugau, S.Pd

### C. Riwayat Pendidikan

1. SD dan tahun lulus : SD Muhammadiyah 1 Palu lulus tahun 2013
2. SMP dan tahun lulus : SMP Negeri 2 Palu lulus tahun 2016
3. SMA dan tahun lulus : SMK Negeri 1 Palu lulus tahun 2019