

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesadaran hukum artinya keadaan yang ikhlas yang muncul dari hati nurani dalam mengakui dan mengamalkan sesuatu sesuai dengan tuntutan yang terdapat di dalamnya. Kesadaran hukum merupakan tindakan dan perasaan yang tumbuh dari hati nurani dan jiwa yang terdalam dari manusia sebagai individu atau masyarakat untuk melaksanakan pesan-pesan yang terdalam hukum (Soebani 2006, 197).

Kesadaran hukum masyarakat adalah nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat tentang hukum, meliputi pengetahuan hukum, pemahaman, penghayataan, kepatuhan/ketaatan hukum. Pada awalnya masalah kesadaran hukum timbul dalam proses penerapan pada hukum positif tertulis. Dalam proses tersebut timbul permasalahan, oleh karena ketidaksesuaian antara dasar sahnya hukum (pengendalian sosial dari penguasa atau kesadaran masyarakat) dengan kenyataan dipatuhinya atau tidak dipatuhinya hukum positif tertulis (Prakoso 2017, 211).

Kemajuan suatu bangsa dapat dilihat dari tingkat kesadaran hukum dan ketaatan hukum warganya. Semakin sadar masyarakat akan hukum dan ketaatan hukum suatu negara, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesadaran akan hukum. Faktor kesadaran hukum dan ketaatan hukum ini mempunyai peran penting dalam perkembangan hukum, artinya semakin lemah tingkat kesadaran hukum masyarakat, semakin lemah pula faktor ketaatan hukum sebaliknya semakin kuat kesadaran hukumnya semakin kuat pula ketaatan hukum. Kesadaran hukum pada gilirannya akan menciptakan suasana penegakan hukum yang baik, yang dapat memberikan rasa keadilan, menciptakan hukum dalam masyarakat Indonesia tahu dan paham hukum, tetapi secara sadar pula mereka masih melakukan perbuatan-perbuatan melanggar hukum (Hasibuan 2016, 78).

Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat, media sosial atau disingkat dengan *medsos* mengembangkan berbagai inovasi mengikuti kebutuhan masyarakat, seperti melakukan transaksi jual beli dengan melewati media sosial. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menyerahkan benda atau pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh syara' dan disepakati (Suhendi 2002, 68).

Jual beli juga merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam bahkan Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa melalui jalan perdagangan inilah pintu-pintu rezeki akan dibuka sehingga akan mendapatkan karunia Allah. Semakin berkembangnya jual beli, saat ini muncul sistem bisnis yang sangat marak dilakukan adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* atau yang biasa disebut dengan MLM. MLM merupakan sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

Multi Level Marketing (MLM) juga merupakan sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Sistem penjualan semacam ini menggunakan beberapa level (tingkatan) di dalam pemasaran barang dagangannya. Dalam pengertian lain *Multi Level Marketing* juga disebut dengan penjualan langsung berjenjang yaitu cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut (Fatwa DSN-MUI No.75, 2009).

Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain. Suatu yang khas dari *Multi Level Marketing* adalah adanya sistem penjejang atau tingkat untuk setiap distributor yang bergabung, sesuai dengan prestasinya. Seperti halnya meniti karir dalam

bisnis dari tingkat yang paling bawah, menjalani langkah demi langkah, hingga berhasil naik peringkat.

Hafidz Abdurrahman dalam tulisannya menyatakan bahwa *Multi Level Marketing* secara harfiah adalah pemasaran yang dilakukan secara banyak tingkatan, terdapat istilah *up-line* (tingkat atas) dan *down-line* (tingkat bawah). *Up-line* dan *down-line* merupakan suatu hubungan pada dua level yang berbeda, yakni ke atas dan ke bawah, dan jika seseorang disebut *up-line*, maka ia mempunyai *down-line*, baik satu maupun lebih. Orang kedua yang disebut dengan *down-line* ini juga kemudian dapat menjadi *up-line* ketika dia berhasil merekrut orang lain menjadi *down-line*, begitu seterusnya (Harefa 1999, 23).

Salah satu bisnis MLM adalah *Millionaire Club* Indonesia (MCI). MCI adalah klub bisnis di bawah naungan PT. *Millionaire Group* Indonesia (MGI) yang memberikan hak khusus kepada seluruh anggotanya untuk membangun jaringan pemasaran. Produk PT. *Millionaire Group* Indonesia (MGI) merupakan perusahaan di bidang kecantikan dan kesehatan. MCI berdiri 04 Februari 2011. Hal yang mendasari berdirinya adalah keinginan untuk membangun individu-individu dalam masyarakat Indonesia untuk memiliki kehidupan yang lebih baik. Dengan slogan "*Better Life With MCI*" diharapkan MCI ke depannya menjadi MLM terbaik dalam mensejahterakan anggotanya. Konsep bisnis ini untuk membangun kehidupan yang lebih baik mulai dari ekonomi, komunitas, kesehatan, maupun *lifestyle*.

MLM *Millionaire Club* Indonesia (MCI) adalah perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang di bidang kecantikan dan kesehatan. Perusahaan MCI sebagai MLM memiliki sistem yang sangat unik di mana perusahaan ini menggabungkan antara *direct selling* (penjualan langsung) dan MLM yaitu bisa mendapatkan keuntungan dari menjual produk dan juga dari menjalankan MLM nya atau membesarkan jaringan. Untuk bergabung di MLM tersebut diharuskan membeli paket yang ditawarkan, dari paket yang paling murah yaitu Rp. 2.500.000.- atau sesuai yang telah ditentukan

perusahaan karena setiap bulan berbeda dan diberikan alat bantu VSN, yang didalamnya membahas produk dan bagaimana menjalankan bisnis *Millionaire Club Indonesia* (MCI). Agar *member* dapat naik tingkat maka harus mempunyai strategi untuk mengajak orang bergabung di MCI, begitupun seterusnya dengan anggota-anggota yang lain dan juga harus menjualkan produk MCI. Jika anggota telah berhasil menjualkan produk dan mengajak orang untuk bergabung maka anggota berhak mendapatkan bonus yang telah ditentukan oleh perusahaan. Perusahaan akan memberikan bonus kepada anggota yang telah melakukan penjualan produk dan juga merekrut orang lain (Melda, 2023).

Namun, dalam membangun kerangka bisnis yang bebas dari unsur *gharar*, *dharar* dan *zhulm* memerlukan kesetiaan pada prinsip-prinsip keadilan, kepastian dan saling menguntungkan. *Gharar* yang mencakup unsur ketidakpastian dan penipuan, perlu dihindari dalam transaksi bisnis guna untuk mencegah potensi kerugian dari pihak-pihak yang terlibat. Dengan demikian, untuk mengembangkan sistem bisnis dalam Islam harus mempunyai prinsip-prinsip *syari'ah* dengan jelas diantaranya yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *gharar* (ketidakpastian), dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak) (Dewi 2019, 23-33).

Terdapat persoalan yang perlu dikaji secara mendetail pada MLM MCI di Kecamatan Koto Baru yaitu pada model transaksi bisnis MLM MCI. Produk MCI sudah mendapatkan label halal dari MUI dengan No. 011.160.01/DSN-MUI/IX/2023, serta bisnis yaang digunakan oleh MCI juga tergolong ke dalam bisnis *syariah*, dengan adanya label halal dari MUI dan sudah tergolong dalam bisnis *syariah* akan lebih meyakinkan masyarakat untuk bergabung menjadi *member* MCI. MLM yang berbasis *syariah* sedikit berbeda dengan MLM yang tidak berbasis *syariah*, yang membedakan adalah bentuk usaha atau jasa yang dijalankannya harus memenuhi hal-hal yang telah ditetapkan oleh *syari'at*. Teknik pemasaran yang menggunakan sistem MLM yang

berbasis *syariah*, hukumnya sudah dijelaskan dalam Fatwa DSN MUI Nomor 75 tahun 2009.

Meskipun demikian, masih banyak oknum yang tidak bertanggung jawab dan menjalankan transaksi jual beli yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip *syari'ah*, contohnya anggota yang berada di level bawah (*down line*) serta konsumen yang hanya pemakai dapat menguntungkan level di atasnya (*up line*). Terdapat permasalahan di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya yaitu karena tidak adanya kesesuaian dengan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). Dalam Fatwa poin 3 disebutkan:

Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar, maysir, riba, dharar*, dan maksiat. Tetapi di MCI praktiknya tidak bisa lepas dari praktik *maysir, gharar* dan *zhulm*, hal ini karena motivasi *member* MCI bergabung untuk mendapatkan keuntungan dari bonus *matching* yang diberikan sampai 6 generasi serta *member* hanya memikirkan keuntungan yang diperoleh tanpa memikirkan anggota yang di bawahnya, sebab ada unsur eksploitasi di dalam praktik tersebut (Wati, 2024). Dalam Fatwa poin 7 disebutkan:

Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dalam penjualan barang atau jasa. Tetapi di MCI anggota yang tidak/*member* non aktif tetap mendapatkan bonus *passive income* yang didapat dari bonus *matching*. Bonus *matching* ialah bonus yang didapatkan atau diperoleh apabila *member* yang dibina *member* MCI secara langsung bisa berkembang dan mendapatkan bonus pasangan (Tuti, 2023). Sedangkan dalam Fatwa Poin 9 disebutkan:

Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya. Tetapi di MCI terjadi ketidakadilan dan eksploitasi, yaitu anggota yang tidak aktif/*member* non aktif tetap mendapatkan bonus *passive income* yang didapat dari bonus *matching*. Alasan penulis memilih tempat di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya ini karena lokasi ini menjadi lokasi pertama yang dibawa oleh *leader* MCI dari Muara Bungo ke Koto Baru. Pada

saat maraknya produk *Millionaire Club* Indonesia dalam bisnis *Multi Level Marketing* masyarakat Koto Baru banyak yang tertarik untuk membeli dan menjadi *member* dalam bisnis *Multi Level Marketing* dikarenakan adanya sistem bonus yang dibuat oleh MCI.

Dari latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis secara mendalam tentang jual beli dalam produk *Millionaire Club* Indonesia dalam bisnis *Multi Level Marketing* di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dengan judul skripsi **"Kesadaran Hukum Masyarakat Dalam Menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi Kasus *Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah peneliti paparkan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan persoalan pokok yaitu: bagaimana kesadaran hukum masyarakat terhadap *Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, pertanyaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktik bisnis *Multi Level Marketing* *Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi masyarakat masih bergabung dalam *Multi Level Marketing* *Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya?

3. Bagaimana faktor yang mempengaruhi sikap hukum dan kesadaran hukum masyarakat di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang dalam Kasus *Millionaire Club* Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan praktik bisnis *Multi Level Marketing Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.
2. Untuk mendeskripsikan faktor yang melatarbelakangi masyarakat masih bergabung dalam *Multi Level Marketing Millionaire Club* Indonesia di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.
3. Untuk mendeskripsikan faktor yang mempengaruhi sikap hukum dan kesadaran hukum masyarakat di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dalam Kasus *Millionaire Club* Indonesia.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini penting untuk diteliti di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya karena dalam hal hukum dari *Multi Level Marketing* sudah salah menurut Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, akan tetapi MLM ini masih tetap berkembang dan berjamur di Kecamatan Koto Baru dan merupakan salah satu pembahasan dalam Hukum Ekonomi Syariah, sehingga perlu untuk mencari penyelesaiannya dan berguna untuk memperdalam dan menambah ilmu serta wawasan bagi masyarakat tentang transaksi jual beli produk *Millionaire Club* Indonesia dalam bisnis *Multi Level Marketing* yang mengandung salah satu unsur *maghrib* (*maysir*, *gharar* dan *riba*).

Penelitian ini hendaknya tidak hanya memberikan kontribusi yang berarti baik bagi mahasiswa, maupun konsumen dan *member* di Kecamatan

Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, tetapi juga memiliki dampak yang nyata dalam praktik bisnis dan regulasi lainnya, yang pada akhirnya adanya peningkatan tentang pengetahuan bisnis dengan memakai konsep *Multi Level Marketing*.

1.6 Studi Literatur

Penulis telah melakukan tinjauan kepustakaan dalam penulisan karya ilmiah pada penelitian ini, dengan cara meneliti atau menelaah karya ilmiah yang pernah ditulis orang lain, sehingga penulis membedakan permasalahan yang sudah ditulis oleh orang lain, karya ilmiah yang berkaitan dengan kesadaran hukum masyarakat diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Ulfa Fadhilah Arafat NIM 210214261 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "Analisis Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta *Network* Indonesia (DNI) Madiun". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pembagian bonus dimana seorang anggota akan tetap mendapatkan bonus walaupun dia tidak bertransaksi ataupun menjual produk dari DNI selama anggota lain yang direkrutnya atau diajak dan berada dalam satu jaringan yang sama tetap melakukan transaksi. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang analisis Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap jual beli pulsa melalui Duta *Network* Indonesia sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI

Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.

2. Skripsi yang ditulis oleh Labibah Fadlila Diana NIM 1802036146 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah UIN Walisongo Semarang dengan judul "Praktik Tiktok *E-Cash* Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya aplikasi TikTok *E-Cash* dengan mendaftarkan atau membeli paket keanggotaan terhadap tugas dan mendapatkan komisi, akan tetapi transaksi tersebut tidak memenuhi syarat yang dibuat oleh Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang analisis Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap praktik TikTok *E-cash* sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.
3. Skripsi yang ditulis oleh Nuril Chafidoh NIM 210216108 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Terhadap Strategi Penjualan Pada Produk *Tupperware* di Agen "Alfin Tuppy" Jombang". Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya produk *Tupperware* di agen "Alfin Tuppy" Jombang dengan target akan mendapatkan bonus maka akan mempengaruhi daya tarik yang kemungkinan memiliki dampak berlebihan bagi konsumen. Berdasarkan

uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang analisis Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap strategi penjualan pada produk *Tupperware* sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.

4. Skripsi yang ditulis oleh Dwi Wulan Mukaromah NIM 210217043 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "Tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Bisnis Obat Penghemat BBM *Eco Racing* Berkah No Riba (Studi Kasus *Member* PT Best di Ponorogo)". Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya produk yang dibuat oleh PT Bandung Eco Sinergi Teknologi ini manfaatnya tidak sesuai dengan yang dijanjikan dengan harga yang relatif mahal, serta *reward-reward* yang akan diberikan kepada mitra usahanya yang menjadi daya tarik tersendiri untuk bergabung dalam menjalankan bisnis MLM *Eco Racing* ini. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang analisis Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada bisnis Obat Penghemat BBM *Eco Racing* sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam

menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.

5. Skripsi yang ditulis oleh Mukhammad Bukhori NIM 2014114001 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Negeri Pekalongan dengan judul "Pelaksanaan Fatwa DSN MUI Tentang *Multi Level Marketing Syariah* (MLMS) Pada Bisnis Obat Herbal HPA Internasional (Studi di Pusat Stokis Daerah HPA Internasional Kota Pekalongan)". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya DSN MUI yang mengeluarkan Fatwa mengenai *Multi Level Marketing Syariah* yang didalamnya terdapat 12 ketentuan umum, 12 ketentuan hukum dan 5 ketentuan akad, akan tetapi sebagian masyarakat masih beranggapan negatif terhadap segala sistem bisnis MLM, karena banyaknya modus penipuan berkedok MLM. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang pelaksanaan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang *Multi Level Marketing Syariah* pada bisnis Obat Herbal sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.
6. Skripsi yang ditulis oleh Maulana Ikhsan NIM 180102040292 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang dengan judul "Tinjauan Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (Studi PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Padang)". Penelitian ini dilatarbelakangi dengan maraknya bisnis yang menggunakan sistem *Multi Level Marketing*

sehingga banyaknya anggapan buruk dari masyarakat dikarenakan tidak adanya penjelasan terkait akad dalam bertransaksi, sistem operasional yang dianggap menyimpang, dan pembagian bonus yang tidak merata antara *leader* dan *member*. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang *Multi Level Marketing* pada PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Padang sedangkan penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.

7. Skripsi yang ditulis oleh Hipah Ria Cahyati NIM 210214276 Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "*Bisnis Multi Level Marketing Millionaire Club* Indonesia (MCI) di Ponorogo ditinjau dari Perspektif Fatwa DSN MUI No.75/DSN/MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya DSN MUI yang mengeluarkan Fatwa mengenai *Multi Level Marketing Syariah* yang didalamnya terdapat 12 ketentuan umum, dan di dalam MCI ada ketidaksesuaian dengan napa yang tercantum di dalam Fatwa DSN MUI tersebut. Berdasarkan uraian dari skripsi yang telah penulis paparkan terdapat kesamaan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama menganalisis penerapan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009, namun yang menjadi pembeda antara penulis dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, dimana peneliti sebelumnya mengkaji tentang tinjauan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) sedangkan

penulis mengkaji tentang kesadaran hukum masyarakat dalam menerapkan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pada *Millionaire Club* Indonesia.

1.7 Kerangka Teori

Kesadaran hukum adalah kesadaran diri tanpa tekanan, paksaan, atau perintah dari luar untuk tunduk pada hukum yang berlaku. Dengan berjalannya kesadaran hukum dimasyarakat maka hukum tidak perlu menjahtuhkan sanksi, sanksi hanya dijatuhkan kepada masyarakat yang benar terbukti melakukan perbuatan pelanggaran hukum. Hukum berisi perintah dan larangan (Rosana 2014, 3). Usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran hukum:

1. Pengetahuan hukum

Pengetahuan hukum masyarakat akan dapat diketahui bila diajukan seperangkat pernyataan mengenai pengetahuan hukum tertentu. Pernyataan dimaksud, dan dijawab oleh masyarakat itu dengan benar sehingga kita dapat mengatakan bahwa masyarakat tersebut sudah mempunyai pengetahuan hukum yang benar sebaliknya, jika pertanyaan-pertanyaan itu tidak terjawab dengan benar, dapat dikatakan masyarakat itu belum atau kurang mempunyai pengetahuan hukum.

2. Pemahaman hukum

Pemahaman hukum masyarakat akan dapat diketahui bila diajukan seperangkat pernyataan mengenai pemahaman hukum yang tertentu. Pertanyaan yang dimaksud dan dijawab oleh masyarakat dengan benar sehingga dapat mengatakan bahwa masyarakat itu sudah mempunyai pemahaman hukum yang benar.

3. Peningkatan kesadaran hukum

Peningkatan kesadaran hukum melalui penerangan dan penyuluhan hukum bertujuan agar warga masyarakat mengetahui dan memahami hukum-hukum tertentu, misalnya peraturan perundang-

undangan mengenai zakat, pajak dan sebagainya. Peraturan dijelaskan melalui penerangan dan penyuluhan hukum agar masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Tujuan utama dari penyuluhan hukum adalah agar masyarakat memahami hukum-hukum tertentu yang sedang dihadapi pada suatu saat (Zainuddin 2005, 35).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Ditinjau dari konsep penelitian hukum, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif. Normatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk menelaah peraturan tertentu secara mendalam, baik dari segi substansi, asas, maupun penerapannya. Normatif merupakan suatu pendekatan yang mengacu pada peraturan tertulis untuk kemudian dilihat dan diamati bagaimana mengimplementasikannya di lapangan (Marzuki 2017, 35).

Lapangan (*field research*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Peneliti dapat memperoleh data dari lapangan, dimana dalam penelitian yang diperoleh adalah data yang bersumber langsung dari *member* MCI sebagai data pertama yang didapatkan dengan bersandar kepada hukum yang berlaku di dalam masyarakat. Alasan penulis memilih tempat ini karena Kecamatan Koto Baru Dharmasraya adalah tempat atau lokasi pertama kali yang dibawa oleh *leader* MCI dari Muara Bungo ke Kecamatan Koto Baru. Selain itu juga terdapat permasalahannya di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya yaitu karena tidak ada kesesuaian dengan Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengaji MCI dalam bisnis MLM di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Selain itu, penelitian ini juga ditambah dengan mencari dan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan referensi sebagai landasan teori dan berfikir.

1.8.2 Sumber Data

Data yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber data penyelidikan yang berfungsi untuk tujuan khusus (Winarmo 1990, 163). Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penulisan ini adalah *member Millionaire Club Indonesia* dalam bisnis *Multi Level Marketing*.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai macam literatur serta hasil penelitian yang telah dipublikasikan (Sugiyono 2018, 456). Sumber sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan *member Millionaire Club Indonesia* dalam bisnis *Multi Level Marketing* seperti buku dan referensi lain yang relevan dengan objek yang diteliti.

1.8.3 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak antara pewawancara dengan orang yang memberikan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Data tersebut harus sesuai dengan informasi yang diharapkan dalam hal ini mengenai pelaksanaan. Wawancara ini dilakukan atau ditujukan langsung pada orang yang bersangkutan yang mengetahui secara detail (Adi 2004, 70). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada para

member Millionaire Club Indonesia dengan sistem *Multi Level Marketing* di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode yang cara pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. Dokumentasi yang diambil pada penelitian ini adalah dokumentasi yang berkaitan dengan pengumpulan data kepada *member Millionaire Club* Indoneisa di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

1.8.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah *member Millionaire Club Indonesia* dengan sistem *Multi Level Marketing* di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya. Dalam pengambilan informan, teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah sebagai teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama akan menjadi semakin besar (Sugiyono 2020, 127).

Adapun alasan peneliti dalam memilih teknik ini karena teknik *snowball sampling* digunakan untuk mendapatkan informan yang akurat dari *member Millionaire Club Indonesia* dengan sistem *Multi Level Marketing* di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data secara interaktif melalui

proses data *reduction*, data *display*, dan *verification* yang dilakukan secara berurutan (Sugiono 2018, 294).

Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif yaitu menggambarkan permasalahan yang terjadi di lapangan sesuai apa adanya. Karena analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, maka seluruh data mengenai aspek-aspek penelitian didapat dengan cara terjun langsung ke lapangan. Untuk menjaga konsistensi proses analisis maka masing-masing pertanyaan penelitian ini dianalisis satu persatu. Selanjutnya dideskripsikan dalam suatu penjelasan deskriptif dalam bentuk bahasa verbal yang kemudian ditarik kesimpulan, pada akhirnya dengan analisis tersebut dapat mengemukakan gambaran yang jelas mengenai *Millionaire Club* Indonesia dan *Multi Level Marketing* di Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, yaitu mengenai transaksi jual beli produk MCI dalam bisnis *Multi Level Marketing*.



UIN IMAM BONJOL
PADANG