

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP
BONUS BISNIS PEMASARAN BERJENJANG PERUSAHAAN
ORIFLAME DI BANJARMASIN**

TESIS

OLEH

NURIYAH AGUSTINA SAFITRI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2023**

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP
BONUS BISNIS PEMASARAN BERJENJANG PERUSAHAAN
ORIFLAME DI BANJARMASIN**

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Hukum Ekonomi Syariah

Oleh :

Nuriyah Agustina Safitri

200211040095

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nuriyah Agustina Safitri

NIM :200211040095

Tempat/Tanggal Lahir : Bojonegoro,01 Agustus 1997

Jurusan/program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

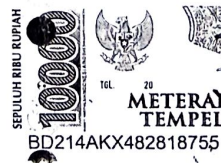
Fakultas/Program : Pascasarjana

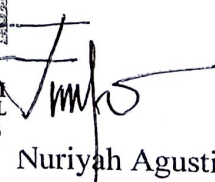
Menyatakan ddengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul Bisnis Multi Level Marketing Jaringan Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini bukan hasil karya asli saya ataupun hasil plagiasi,saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin,08 Juli 2023

Yang membuat pernyataan




Nuriyah Agustina Safitri

PERSETUJUAN TESIS

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bonus Bisnis Pemasaran berjenjang Perusahaan Oriflame Di Banjarmasin

Yang disusun dan dipersembahkan oleh:

Nuriyah Agustina Safitri

200211040095

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Untuk dapat diajukan kepada Dewan Penguji

Pembimbing I



Prof. Dr. H.M. Hanafiah, M.Hum
NIP. 195902051986031006

Pembimbing II



Prof. Dr. Syaugi Mubarak, MA
NIP. 197002062000031002

PENGESAHAN
TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP BONUS BISNIS
PEMASARAN BERJENJANG PERUSAHAAN ORIFLAME DI
BANJARMASIN

Disusun dan dipersembahkan oleh:

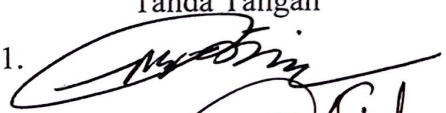



Nuriyah Agustina Safitri

200211040095

Telah diajukan dan diuji oleh Dewan Penguji

Pada 21 Juli 2023

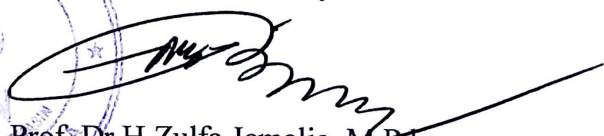
Dewan Penguji

| No | Nama | Tanda Tangan |
|----|--|--|
| 1 | Prof. Dr.H.Zulfa Jamalie,S.Ag. M.Pd (Ketua) | 1.  |
| 2 | Prof. Dr.H.M. Hanafiah,M. Hum (Anggota) | 2.  |
| 3 | Prof. Dr.Syauqi Mubarak Seff,MA (Anggota) | 3.  |
| 4 | Dr.Wahyuddin, M.Pd.I (Anggota) | 4.  |

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana




Prof. Dr.H.Zulfa Jamalie, M.Pd
NIP.197105251997031006

ABSTRAK

Nuriyah Agustina Safitri, 200211040095. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bonus Bisnis Pemasaran Berjenjang Perusahaan Oriflame Di Banjarmasin*. Pembimbing (I) Prof. Dr. H.M. Hanafiah, M. Hum. dan Pembimbing (II) Prof. Dr. Syaugi Mubarak, MA. Tesis, pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, 2023

Kata Kunci: Bonus, *Ju'alah*, Oriflame

Bisnis Pemasaran berjenjang sudah sangat terkenal di era zaman berteknologi saat ini, perkembangannya sangat pesat karena banyaknya peminat dari masyarakat dari kalangan wanita atau laki-laki sekalipun. Iming-iming dari bisnis ini sangat menggurukan karna tidak hanya ada satu keuntungan yang diperoleh, namun banyak sekali promo-promo berhadiah. Promo-promo berhadiah itulah dalam bisnis pemasaran berjenjang ini menggunakan konsep akad *ju'alah*. Akan tetapi tidak semua yang menghasilkan hadiah sesuai dengan konsep *ju'alah* dalam syariat Islam. Bisnis pemasaran berjenjang terkenal dengan bisnis yang banyak mengandung penipuan, maka dari itu sepatutnya sebuah bisnis harus memberikan rasa aman bagi para membernya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep *ju'alah* pada perusahaan pemasaran berjenjang Oriflame yang ditinjau dari hukum ekonomi syariah.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan atau bisa disebut dengan *field research* dan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang sumber primernya diperoleh dari wawancara dari beberapa anggotanya dari beberapa level di kota Banjarmasin. Sedangkan sumber sekundernya diperoleh dari kitab-kitab dan jurnal penelitian yang terkait dengan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap bonus bisnis pemasaran berjenjang perusahaan *Oriflame* di Banjarmasin.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi marketing pemberian bonus yang digunakan oleh perusahaan Oriflame adalah halal yaitu tidak terdapat unsur *riba, gharar, dan maysir*. Sehingga akad pemberian bonus yang diterapkan sesuai dengan akad *ju'alah* yang diatur dalam agama Islam.

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puja dan puji bagi Allah Swt. Tuhan semesta alam yang berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Saw. para keluarga, sahabat, serta pengikut beliau hingga hari kiamat. Penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu kelancaran penulisan tesis ini dari awal hingga akhir. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M.A. selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin,
2. Bapak Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, S.Ag. M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin
3. Bapak Dr. Wahyuddin, M.Pd.I dan Bapak Fajrul Ilmi, S.Pd. M.Sy. selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Magister Hukum Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin,
4. Bapak Prof. Dr. H. M. Hanafiah, M.Hum. selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan hingga selesainya tesis ini,
5. Prof. Dr.Syaugi Mubarak Seff,MA selaku Dosen Penasihat Akademik sekaligus Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan hingga selesainya tesis ini,

6. Seluruh dosen Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin yang selama ini memberikan ilmu dan pendidikan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi magister ini,
7. Ayah (Supangat) dan Ibu (Sri Indayani) saya yang selalu senantiasa mendoakan kebaikan dunia dan akhirat untuk saya, serta kasih sayang yang diberikan kepada saya melebihi segala hal, sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini,
8. Suami saya (Rahmanuddin) yang telah mendukung dan mendoakan sehingga tesis ini terselesaikan,
9. Rekan-rekan member Oriflame yang ada di Banjarmasin, dan rekan-rekan seperjuangan Prodi Magister Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2020, terkhusus sahabat Muhammad Rahmani Abduh, M.H yang telah banyak membantu dalam perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulisan tesis ini hingga selesai.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran di sisi Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. *Âmîn yâ rabb al-'alamîn.*

Banjarmasin, 04 Agustus 2023

Nuriyah Agustina Safitri

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

| | |
|------------|------------|
| 1. ا : A | 16. ط : Th |
| 2. ب : B | 17. ظ : Zh |
| 3. ت : T | 18. ع : ' |
| 4. ث : Ts | 19. غ : Gh |
| 5. ج : J | 20. ف : F |
| 6. ح : H | 21. ق : Q |
| 7. خ : Kh | 22. ك : K |
| 8. د : D | 23. ل : L |
| 9. ذ : Dz | 24. م : M |
| 10. ر : R | 25. ن : N |
| 11. ز : Z | 26. و : W |
| 12. س : S | 27. ه : H |
| 13. ش : Sy | 28. ء : ` |
| 14. ص : Sh | 29. ي : Y |
| 15. ض : Dh | |

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut:

| Tanda Vokal Arab | Tanda Vokal Latin | Keterangan |
|------------------|-------------------|------------|
| ◌َ | a | Fathah |
| ◌ِ | i | Kasroh |
| ◌ُ | u | Dhommah |

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَال) al-rijâl bukan ar-rijâl, (الدِّيَّان) al-dîwân bukan ad-dîwân.

Syiddah: Misalnya, kata (الصَّرُورَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan aldharûrah, demikian seterusnya.

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

| Tanda Vokal Arab | Tanda Vokal Latin | Keterangan |
|------------------|-------------------|------------|
| اِيَّ | ai | a dan i |
| اُوَّ | au | a dan u |

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut

| Tanda Vokal Arab | Tanda Vokal Latin | Keterangan |
|------------------|-------------------|-----------------------|
| بَا | â | a dengan topi di atas |
| بِي | î | i dengan topi di atas |
| بُو | û | u dengan topi di atas |

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /l/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (Tasydid)

Syiddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ّ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضرورة) tidak ditulis ad-dharûrah melainkan al-dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta Marbûthah

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marbûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*naʿt*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marbûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

| No | Kata Arab | Alih Aksara |
|----|--------------------------------|--------------------------|
| 1 | طَرِيقَهُ | Tharîqah |
| 2 | الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ | Al-Jâmî'ah al-Islâmiyyah |
| 3 | وَحْدَةُ الْوُجُودِ | Wahdah al-Wujûd |

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Beberapa ketentuan lain dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi‘l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimatkalimat dalam Bahasa Arab.

| Aksara Arab | Aksara Latin |
|--|---------------------------------------|
| ذَهَبَ الْأَسْتَاذُ | dzahaba al-ustâdzu |
| تُبَّتِ الْأَجْرُ | tsabata al-ajru |
| الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ | al-harakah al-‘ashriyyah |
| أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ | asyhadu an lâ ilâha illa Allâh |
| مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ | mawlânâ Malik al-Shâlih |
| يُؤْتِرُكُمْ اللَّهُ | yu’tsirukum Allâh |
| الْمُظَاهِرِ الْعَقْلِيَّةِ | al-mazhâhir al-‘aqliyyah |
| حُبُّ الْإِسْتِطْلَاعِ | hub al-istithlâ’ |
| الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَوَانَ | al-mâddah al-mashnû’ah min al-hayawân |
| طَرْفُ الْعَيْنِ | tharf al-‘ayni |
| الْمُسَاهَمَةُ | al-musâhamah |
| مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا | man salaka tharîqan |

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 11 |
| C. Tujuan Penulisan | 11 |
| D. Signifikan penulisan..... | 11 |
| E. Definisi Operasional..... | 11 |
| F. Penelitian Terdahulu | 14 |
| G. Sistematika Penulisan..... | 17 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 19 |
| A. TINJAUAN HUKUM TENTANG JUAL BELI..... | 19 |
| 1. Pengertian jual beli | 19 |
| 2. Dasar hukum Jual Beli..... | 20 |
| 3. Syarat-syarat jual beli | 26 |
| 4. Rukun Jual Beli..... | 27 |
| B. PEMASARAN BERJENJANG | 34 |
| 1. Pengertian Pemasaran berjenjang..... | 34 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Dasar Hukum Pemasaran berjenjang..... | 39 |
| 3. Mekanisme Kerja di Pemasaran berjenjang | 41 |
| 4. Perbedaan pemasaran berjenjang Konvensional dan pemasaran berjenjang Syariah | 44 |
| 5. Fatwa MUI tentang Pemasaran berjenjang | 46 |
| C. Akad <i>Ju'alah</i> | 50 |
| 1. Pengertian akad <i>ju'alah</i> | 50 |
| 2. Dasar Hukum Akad <i>ju'alah</i> | 52 |
| 3. Rukun Akad <i>Jualah</i> | 57 |
| 4. Syarat akad <i>ju'alah</i> | 58 |
| 5. Akad <i>jualah</i> dalam kajian Madzahib | 59 |
| 6. Pembatalan dan berakhirnya akad <i>ju'alah</i> | 63 |
| D. Akad <i>Ijarah</i> | 63 |
| 1. Pengertiak akad <i>ijarah</i> | 63 |
| 2. Landasan hukum akad <i>ijarah</i> | 64 |
| 3. Rukun <i>ijarah</i> | 65 |
| 4. Fatwa MUI tentang akad <i>ijarah</i> | 65 |
| E. Akad <i>Samsarah</i> | 66 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 71 |
| 1. Jenis Penelitian | 71 |
| 2. Pendekatan Penelitian..... | 72 |
| 3. Lokasipenelitian | 73 |
| 4. Sumber data | 74 |

| | |
|--|------------|
| 5. Analisis data | 77 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | 79 |
| 1. Bonus pada Bisnis Pemasaran berjenjang Oriflame..... | 79 |
| 2. Pemberian Bonus Pada Bisnis Multi Level Markeing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah | 99 |
| BAB V PENUTUP | 128 |
| A. Kesimpulan..... | 128 |
| B. Saran..... | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA | 130 |