

**Tinjauan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009  
Terhadap Polis Asuransi Syariah Dengan Sistem Multi  
Level Marketing  
(Studi di PT. Prudential Life Assurance Mojokerto)**

**Siti Nurkhanifah**

**Kurniasih Bahagiati**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

[sitinurkhanifah65@gmail.com](mailto:sitinurkhanifah65@gmail.com)

**Abstrak :**

Perusahaan asuransi adalah perusahaan yang bergerak menjual produk berupa jasa pengalihan resiko dari pihak bertanggung kepada pihak penanggung melalui agen asuransi. Untuk menghadapi persaingan di industry perasuransian yang semakin pesat, maka berbagai cara digunakan untuk meningkatkan keuntungan dari suatu perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebolehan dari mekanisme dari sistem *Multi Level Marketing (MLM)* dengan menggunakan kerangka hukum Islam yang merujuk pada fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis-empiris yang dilakukan di perusahaan asuransi kabupaten Mojokerto dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari wawancara terhadap direktur PT. Prudential Life Assurance. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Multi Level Marketing (MLM)* yang telah dipraktikkan oleh beberapa perusahaan sebagaimana yang difatwakan oleh DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah hukumnya boleh yaitu dengan dalil sesuai dengan pedoman hukum dan segala kegiatan bisnis yang menggunakan pedoman penjualan langsung berjenjang diharuskan memenuhi berbagai ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009.

**Kata kunci :** asuransi, multi level marketing, fatwa DSN-MUI.

**Pendahuluan**

Manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan manusia yang bersifat konkrit seperti sandang, pangan, dan papan yang juga dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat abstrak seperti keamanan, ketentraman, dan kasih sayang didalamnya. Kebutuhan yang bersifat abstrak merupakan wujud dari kebutuhan konkrit yang sudah terpenuhi. Dalam menanggulangi kekhawatiran akan suatu peristiwa yang tak terduga, asuransi dipilih sebagai salah satu ikhtiar manusia untuk mencegah kerugian yang akan terjadi dimasa depan. asuransi merupakan salah satu bentuk usaha pengalihan risiko yang dipilih oleh sekelompok orang dalam suatu perencanaan yang baik untuk kedepan, untuk perlindungan dari risiko yang timbul secara tidak diduga dan tidak pasti. Jadi, tujuan asuransi adalah mengadakan persiapan dalam menghadapi kerugian yang bias

dialami oleh setiap anggota asuransi.<sup>1</sup> Secara umum asuransi dipergunakan oleh masyarakat sebagai bentuk pengalihan risiko dari setiap kemungkinan yang terjadi dalam peristiwa yang mengancam keselamatan jiwa seperti kematian dan kecelakaan. Dimana risiko itu dapat terjadi baik kepada harta kekayaan maupun jiwa kita, yang mengakibatkan kita untuk berusaha dengan segala upaya untuk menanggulangi risiko yang akan timbul dengan cara mengalihkan atau membagi kepada pihak lain yang mempunyai kemampuan dalam pengalihan risiko, dalam hal ini adalah perusahaan asuransi.<sup>2</sup>

Pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, asuransi menjadi cukup penting untuk mendorong pertumbuhan ataupun kemajuan perekonomian. Asuransi termasuk termasuk salah satu Lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pertanggung jawaban kemajuan perekonomian dapat dicapai melalui ketenangan masyarakat terhadap pengendalian peristiwa yang tidak pasti di dalam bisnis. kesadaran masyarakat yang semakin meningkat merupakan kesempatan perusahaan asuransi dalam memasarkan produknya. kondisi ini juga menjadi motivasi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Perusahaan asuransi yang semakin berkembang dan meningkat jumlahnya menyebabkan persaingan yang ketat. Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dilakukan adalah bisnis dengan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* yang merupakan salah satu sistem yang pemasarannya menggunakan member sebagai pembeli, konsumen, pemasar dan distributor. *Multi Level Marketing (MLM)* adalah pemasaran yang berjenjang banyak atau bisa disebut MLM karena merupakan organisasi distributor yang melakukan penjualan yang berjenjang atau bertingkat yaitu merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan berupa sekumpulan banyak orang.<sup>3</sup>

Di Indonesia asuransi diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Persuransian, dijelaskan bahwa asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis yang menjadi dasar penerima premi. Adapun yang dimaksudkan adalah segala usaha menyangkut jasa pertanggung jawaban atau pengolahan risiko, pertanggung jawaban ulang risiko, pemasaran dan distribusi produk asuransi atau produk asuransi syariah<sup>4</sup>. Asuransi di Indonesia berkembang juga dengan sistem syariah, pengoperasian asuransi berdasarkan prinsip Syariah dengan usaha tolong menolong diantara para nasabah asuransi dan saling melindungi sesama peserta melalui pengumpulan dana yang dikelola sesuai prinsip Syariah. Asuransi syariah hadir untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah agar terhindar dari unsur gharar, maysir, dan riba dengan menerapkan beberapa akad sebagai sebuah perjanjian anatara tertanggung dan penanggung. Jumlah perusahaan asuransi syariah tidak kalah banyak dengan bank syariah. Pada tahun 2015, ada 8 (delapan) asuransi murni syariah dan 44 (empat puluh empat) asuransi konvensional dengan cabang khusus syariah sebagaimana dikatakan dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014.

Secara umum ada beberapa pendapat ulama mengenai asuransi itu sendiri secara perorangan. Asuransi menurut pendapat para ulama dibedakan menjadi tiga, yaitu ulama yang menghalalkan asuransi, ulama yang mengharamkan asuransi, dan ulama

---

<sup>1</sup> Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko* (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 4.

<sup>2</sup> Sri Redjeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi* (Jakarta: Sinar Grafika, 1997), 2

<sup>3</sup> Andreas Harefa, *Multi Level Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999), 4.

<sup>4</sup> Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014

yang melihat jenis asuransi. Diantara ulama yang menghalalkan asuransi adalah Muhammad Abduh dan Mushthafa Muhammad al-Zarqa. Ulama yang mengharamkan asuransi adalah Ibnu Abidin al-Hanafi, dan ulama yang memerinci asuransi dengan hukum yang beragam adalah Muhammad Abu Zahrah. Sedangkan ulama yang memperbolehkan praktik asuransi adalah Ibnu Abidin, Abdul Wahab Khallaf, Muhammad Abu Zahra, Mustafa Ahmad Zarqa, Muhammad Yusuf Musa, dan Muhammad Al-Madani. Beberapa alasan asuransi diperbolehkan adalah dalam asuransi terdapat kesepakatan dan kerelaan antara kedua belah pihak, asuransi termasuk *syirkah at-ta'awuniyah* usaha bersama yang didasar pada prinsip tolong-menolong, dan asuransi mengandung kepentingan umum, yang mana dana terkumpul dapat diinvestasikan dalam kegiatan pembangunan.<sup>5</sup>

PT. Prudential Life Assurance Mojokerto merupakan perusahaan yang menawarkan produk asuransi unit link syariah. Perkembangan usaha perasuransian baik dari eksternal yaitu berupa bertambahnya jumlah perusahaan perasuransian. Usaha perasuransian mulai berkembang dengan menggunakan pemasaran dengan penjualan langsung. Terhadap usaha, perasuransian ini menawarkan produk yang dikeluarkan yaitu sistem pemasaran Unit Link (Asuransi dan Investasi). Berdasarkan hasil survey pada perusahaan asuransi prudential didapatkan informasi berdasarkan penuturan bapak sutisno selaku manager agency, bahwa PT. Prudential menjalankan pemasaran produk asuransinya dengan sistem Multi Level Marketing. Perusahaan Multi Level Marketing merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan untuk memasarkan produknya melalui pengembangan armada pemasar atau penjual langsung menjualkan kepada masyarakat tanpa campur tangan perusahaan. Agen adalah sebagai pihak kedua untuk memasarkan dan mengenalkan tentang asuransi prudential kepada masyarakat dengan imbalan komisi. Komisi agen diberikan berdasarkan penjualan polis yang dilakukan pada tahun pertama sampai tahun kelima. Pada tahun pertama dengan presentase 30% pada tahun ketiga sampai tahun kelima hanya mendapatkan 5%. Pada tahun 2009, MUI mengeluarkan Fatwa MUI tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah (PLBS) yaitu Fatwa DSN-MUI No.75/DSN- MUI/VII/2009. Dalam Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah, dijelaskan mengenai kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah antara lain adalah kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur *gharar*, *haram*, *maysir*, dan *riba*.<sup>6</sup>

Dalam hal yang berkaitan dengan asuransi syariah dengan penjualan berjenjang, terdapat beberapa artikel yang sudah terbit untuk menjelaskan permasalahan tentang hal tersebut. Artikel pertama yang berkaitan praktek penjualan berjenjang atau *Multi Level Marketing (MLM)* ialah artikel yang berjudul *Bisnis Multi Level Marketing (MLM)* dalam pandangan Islam.<sup>7</sup> Artikel ini ditulis oleh Anita Rahmawaty dengan menggunakan *Equilibrium* sebagai media penerbitannya. Dalam artikel ini memaparkan pengumpulan berbagai macam teori, yang disatukan dalam satu pembahasan sehingga bisa menjadi sebuah referensi yang baik untuk penelitian langsung atau penelitian studi literatur review. Namun Dalam pembahasan ini sangat global sehingga perlu persefiksian permasalahan berdasarkan problem yang terjadi

---

<sup>5</sup> Fathurrahman Djamil, *Metode Ijtihad Majelis Tarjih Muhammadiyah* (Jakarta: Logos), 137.

<sup>6</sup> Fatwa No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah.

<sup>7</sup> Anita Rahmawaty, "Bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* dalam pandangan Islam" *Equilibrium*, Vol. 2 No. 1 (2017): 68-83 10.21043/equilibrium.v2i1.716.

bukan berdasarkan pendapat ataupun teori terdahulu yang permasalahannya berbeda dengan sekarang.

Artikel yang kedua ditulis oleh Seri Utami Ningsih yang berjudul Direct selling dalam usaha perasuransian perspektif hukum Islam.<sup>8</sup> Artikel ini menggunakan media penerbitan yakni Al-Muamalat: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah. Artikel ini memiliki kelebihan dalam pembahasan artikel ini memiliki cakupan teori yang diambil cukup banyak sehingga bisa menambah wawasan pembaca. Namun juga terdapat kekurangan di dalam penulisan ini pokok yang diambil sebagai permasalahan terlalu global atau terlalu luas. Perlu dispesifikasikan lagi apa yang menjadi permasalahan yang perlu diteliti.

Artikel yang ketiga yakni berjudul Bisnis MultiLevel Marketing dalam tinjauan fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 (studi kasus pada member MLM 4JOVEM Situbondo)<sup>9</sup> Artikel ini diterbitkan melalui Istidlal dengan ditulis oleh Lailatur Rahmah, Wawan Juandi, dan Muhammad Shaleh. Dalam artikel ini terdapat Pelaksanaan penelitian menggunakan dasar yang akurat dibuktikan dengan sebagian besar telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang menerapkan akad-akad yang termaktub dalam fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang Syariah. Akan tetapi diantara kelebihan tersebut terdapat kekurangan yang Nampak diantara lain, yaitu tentang penjelasan secara rinci yang diterapkan, dan bagaimana pengambilan data dari narasumber yang menjadi objek pengambilan data.

Selanjutnya terdapat artikel yang ditulis oleh Achmad Husain yang berjudul Penerapan Sistem Muliti Level Marketing (MLM) Di P.T Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Manado Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Islam.<sup>10</sup> Artikel ini diterbitkan melalui Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah pada tahun 2017. Kelebihan dari artikel ini ialah penulisan ini memiliki titik fokus studi kasus yang jelas yaitu mengacu praktek Sistem Muliti Level Marketing (MLM) Di P.T Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Manado. Akan tetapi juga terdapat kekurangan dari tulisan ini ialah Teori yang diberikan kurang terperinci sehingga data yang sudah didapatkan tidak dapat dianalisis secara maksimal.

Artikel yang selanjutnya berjudul Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam.<sup>11</sup> Artikel ini ditulis oleh Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria yang diterbitkan melalui Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dengan memberikan secara lengkap teori yang berkaitan dengan dengan pola kerja bisnis *multi level marketing (MLM)* dalam padangan Islam. Namun, tidak disertainya contoh

---

<sup>8</sup> Seri Utami Ningsih, "Direct selling dalam usaha perasuransian perspektif hukum Islam" *Al-Muamalat: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2020): 87-103 <https://doi.org/10.32505/muamalat.v5i1.1504>.

<sup>9</sup> Lailatur Rahmah, Wawan Juandi, Muhammad Shaleh, "Bisnis MultiLevel Marketing dalam tinjauan fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 (studi kasus pada member MLM 4JOVEM Situbondo)" *Istidlal*, Vol. 1 No. 2 (2017):100-112 <https://doi.org/10.35316/istidlal.v1i2.102>.

<sup>10</sup> Achmad Husain, "Penerapan Sistem Muliti Level Marketing (Mlm) Di P.T Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Manado Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Islam" *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* Vol. 12 No. 2 (2017): 1-17 <http://dx.doi.org/10.30984/as.v12i2.330>.

<sup>11</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 2 (2017): 105-117 <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>

permasalahan yang berkaitan dengan tulisan ini membuat teori yang sudah dijelaskan tidak mendapatkan pengaplikasian.

Selanjutnya terdapat artikel yang berjudul *Multi Level Marketing Dalam Islam*.<sup>12</sup> Artikel yang ditulis oleh Nanang Abdillah dan diterbitkan melalui *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*. Kelebihan dari artikel ini ialah penulisan ini memiliki titik fokus studi kasus yang jelas yaitu mengacu kepada pandangan Hukum Islam terhadap bisnis *Multi Level Marketing (MLM)*. Akan tetapi juga terdapat kekurangan dari tulisan ini ialah tidak disertainya contoh kasus yang terjadi di lapangan mengenai ahli waris pengganti pada pembagian harta waris yang sudah dijelaskan dalam artikel ini tidak mendapat pengaplikasian.

Artikel yang ketujuh memiliki judul yakni *Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah*.<sup>13</sup> Artikel ini ditulis oleh Gazali kemudian diterbitkan melalui *IQRA: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*. Dalam artikel ini Penulis menjelaskan terkait dengan konsep bisnis *Multi Level Marketing* dengan memberikan contoh bentuk permasalahan yang terjadi di masyarakat kota Palu dengan disertai data yang rinci dan jelas sehingga pembaca dapat memahami dengan baik bentuk permasalahan yang disampaikan dalam artikel ini. Namun, Teori yang diberikan kurang terperinci sehingga data yang sudah didapatkan tidak dapat dianalisis secara maksimal.

Artikel yang selanjutnya berjudul *Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*.<sup>14</sup> Artikel ini ditulis oleh Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah yang diterbitkan melalui *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah* dengan memberikan secara lengkap teori yang berkaitan dengan dengan pola kerja bisnis *multi level marketing (MLM)* dalam padangan ekonomi Islam. Namun, tidak disertainya contoh permasalahan yang berkaitan dengan tulisan ini membuat teori yang sudah dijelaskan tidak mendapatkan pengaplikasian.

Artikel yang selanjutnya memiliki judul yakni *Analisis Pemasaran Direct Selling MLM Syariah Member Pt Tiens*.<sup>15</sup> Artikel ini ditulis oleh Nadziratul Ulya, Nur Awali Khoirunnisa, dan Nuris Sirrul Laily kemudian diterbitkan melalui *Journal of Islamic Studies and Humanities*. Dalam artikel ini Penulis menjelaskan terkait dengan praktek pemasaran *direct selling MLM syariah member Pt Tiens* dengan memberikan contoh permasalahan yang sering terjadi di masyarakat sehingga dapat digunakan acuan oleh masyarakat apabila menemukan permasalahan tersebut dalam lingkungannya dan juga disertainya data yang rinci dan jelas sehingga pembaca dapat memahami dengan baik bentuk permasalahan yang disampaikan dalam artikel ini. Namun, Teori yang diberikan kurang terperinci sehingga data yang sudah didapatkan tidak dapat dianalisis secara maksimal.

---

<sup>12</sup> Nanang Abdillah, "Multi Level Marketing Dalam Islam" *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2020): 16-28 <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.82>.

<sup>13</sup> Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah" *IQRA: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol 13 No. 2 (2018): 15-33 <https://doi.org/10.56338/iqra.v13i2.261>.

<sup>14</sup> Ahmad Mardalis, Nur Hasanah "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam." *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1 (2017): 29-41 <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2693>.

<sup>15</sup> Nadziratul Ulya, Nur Awali Khoirunnisa, Nuris Sirrul Laily, "Analisis Pemasaran Direct Selling MLM Syariah Member Pt Tiens." *Journal of Islamic Studies and Humanities*, Vol.6 No. 2 (2021): 130-147 <http://dx.doi.org/10.21580/jish.v6i2.8999>.

Artikel yang terakhir ini ditulis oleh Siti Nurhasanah dan Sulamat Taufik dan diterbitkan melalui Kordinat Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam yang berjudul *Bisnis Multi Level Marketing Pada PT. K-Link Nusantara Di Tinjau Dari Hukum Bisnis Islam*.<sup>16</sup> Artikel ini memaparkan data disertai dengan teori untuk membedah dan menganalisis terkait dengan praktek bisnis multi level marketing pada PT. K-Link Nusantara sehingga pembaca dapat lebih memahami artikel ini. Akan tetapi, Teori yang diberikan kurang terperinci sehingga data yang sudah didapatkan tidak dapat dianalisis secara maksimal.

Dari beberapa penulisan artikel jurnal tentang praktek bisnis Multi Level Marketing yang beredar di masyarakat yang sudah diterbitkan, tulisan ini berusaha untuk mengembangkan hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan dengan pengkajian terhadap praktek bisnis Multi Level Marketing. Artikel ini berusaha untuk memberikan titik fokus pembahasan yakni praktek penjualan polis asuransi syariah dengan sistem *multi level marketing (MLM)* PT. Prudential Life Assurance Mojokerto kemudian dengan menyajikan data-data yang mendukung seperti hasil wawancara yang sudah diterima oleh narasumber yang bertujuan bertujuan untuk memberikan bukti bahwa dalam proses proses bisnis dengan sistem Multi Level Marketing sudah sesuai atau tidak dengan peraturan yang berlaku.

Maka dari itu urgensi dilakukannya penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana praktek penjualan polis asuransi syariah dengan sistem *multi level marketing (MLM)* PT. Prudential Life Assurance Mojokerto. Diharapkan setelah mendapatkan jawaban dari para narasumber, masyarakat dapat memperoleh edukasi terkait dengan pentingnya pengawasan terhadap produk konsumtif tersebut.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian berdasarkan lapangan (yuridis sosiologis), penelitian yang juga dikenal sebagai penelitian sosial sesuai dengan pendapat Soerjono Soekanto yakni mencakup penelitian yang menggunakan identifikasi hukum dan juga penelitian atas efektifitas sebuah hukum.<sup>17</sup> Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui praktek penjualan polis asuransi syariah dengan sistem *multi level marketing (MLM)* PT. Prudential Life Assurance Mojokerto. sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diambil untuk mengetahui data lebih mendalam yang didapatkan langsung dari pokok masalah dengan metoder wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa artikel, buku, peraturan perundang-undangan, maupun penelitian lainnya sebagai pelengkap dari data primer.<sup>18</sup> Metode pengumpulan data dilakukan dengan metoder wawancara dengan para pihak disertai dokumentasi sebagai pelengkap dalam metoder wawancara. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode edit, klasifikasi, verifikasi, dan analisis data.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

---

<sup>16</sup> Siti Nurhasanah, Sulamat Taufik, "Bisnis Multi Level Marketing Pada Pt. K-Link Nusantara Di Tinjau Dari Hukum Bisnis Islam." *Kordinat Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, Vol. 19 No. 1 (2020):219-233 10.15408/kordinat.v19i2.17795.

<sup>17</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1984), 51.

<sup>18</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT Renika Cipta, 2006), 129.

**Penjualan Polis Asuransi Syariah dengan Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Prudential Life Assurance Mojokerto**

Secara etimologi, *Multi Level Marketing* (MLM) berasal dari bahasa Inggris, multi berarti banyak, level berarti jenjang atau tingkat, dan marketing berarti pemasaran, sehingga *Multi Level Marketing* (MLM) mempunyai arti suatu bisnis atau sistem pemasaran berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat. Orang yang bergabung disebut anggota yang kemudian menjadi seorang distributor. Dimana distributor tersebut memiliki tugas pokok untuk melakukan penjualan produk atau jasa serta diharapkan dapat memperbesar jaringan distributor lain di bawahnya.

*Multi Level Marketing* atau MLM juga biasa disebut sebagai *Network Marketing* atau *Direct Selling* karena anggota kelompok tersebut akan semakin banyak jumlahnya, sehingga dapat membentuk sebuah jaringan (*network*). Jaringan tersebut merupakan suatu sistem pemasaran dengan cara kerja berupa sekumpulan banyak orang untuk memasarkan suatu produk. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan sebuah sistem pemasaran masa kini atau bisa dibilang modern yang menggunakan jaringan distribusi yang dibangun dengan memposisikan pelanggan atau nasabah sekaligus sebagai seorang tenaga pemasaran.<sup>19</sup>

Secara umum, mekanisme kerja dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) adalah sebagai berikut: a). Setiap orang akan mendapatkan keuntungan dari aktivitas jual beli yang dilakukannya, jika ingin mendapatkan bonus yang lebih besar maka dapat membangun organisasi atau jaringan downline yang lebih besar; b). Para nasabah yang berada di bawah, tetapi ia dapat membangun organisasi atau jaringan yang lebih besar daripada yang mengajaknya, maka yang bersangkutan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar pula; c). Jika pada masanya ada mitra yang tidak membeli produk atau tidak bisa menjual produknya, maka ia tidak akan mendapatkan keuntungan walaupun jalur yang berada di bawahnya menghasilkan omzet yang begitu besar; d). Seseorang yang ingin bergabung ke bisnis MLM dan ia juga ingin mendapatkan bonus yang banyak dan besar, maka ia harus berperan sebagai seller atau orang yang mengajak orang lain untuk bisa bergabung dengannya dengan tujuan menciptakan jaringan yang lebih besar lagi.

Secara sistem, *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus seorang member dari perusahaan tersebut. Adapun secara terperinci bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dilakukan dengan cara: a). Mula-mula dari pihak perusahaan menjaring nasabah atau konsumen untuk menjadi member atau anggota mereka, dengan cara mereka harus membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dengan harga yang jauh lebih murah; b). dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli dapat mengisi formulir keanggotaan. Untuk selanjutnya setelah mengisi formulir tersebut anggota sudah masuk kedalam daftar member atau anggota. Sedangkan untuk tugas selanjutnya adalah mencari member baru dengan cara seperti yang sudah dijelaskan.

Jika member mampu menjaring anggota baru yang banyak sesuai dengan target yang telah ditentukan, maka ia akan mendapatkan bonus dari perusahaan tersebut. Semakin banyak anggota baru yang didapatkan dari pendaftaran para member baru, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan. Dengan hal tersebut, perusahaan

---

<sup>19</sup> Andreas Harefa, *Multi Level Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999), 4.

akan sangat diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus konsumen permanen mereka. Dengan adanya para member baru, maka untuk member yang berada di atasnya yaitu pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus.<sup>20</sup>

Sedangkan Asuransi diambil dari Bahasa Belanda yaitu *assurantie*. Dalam hukum Belanda disebut dengan *verzekering*, yang berarti pertanggungan, yang dimaksud dengan asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi.

Dalam suatu asuransi ada pihak yang sanggup menanggung untuk pihak lain yang menderita kerugian akibat suatu peristiwa yang akan terjadi, sebagai timbal baliknya, pihak tersebut wajib membayar kerugian untuk pihak yang bersedia menjamin. Secara umum asuransi digubakan sebagai persiapan oleh sebagian kelompok dalam menghadapi kerugian yang tidak terduga. Apabila kemudian itu menimpa salah seorang dari mereka yang menjadi anggota perkumpulan itu maka kerugian itu akan ditanggung bersama oleh mereka.<sup>21</sup>

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Bab 9 Pasal 247 tentang asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena kerugian, kerusakan atau kekilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu.<sup>22</sup>

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah yang menjelaskan bahwa asuransi syariah juga disebut dengan istilah (*Ta'min*, *Takaful*, atau *Tadhamun*) adalah untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak yang melakukan asuransi melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian dalam menghadapi risiko yang sesuai dengan syariah.<sup>23</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat dipahami atau disimpulkan mengenai pengertian asuransi syariah yaitu asuransi yang berdasarkan prinsip syariah dengan usaha tolong menolong diantara para nasabah asuransi dan saling melindungi sesama peserta melalui pengumpulan dana yang dikelola sesuai prinsip syariah untuk menghadapi risiko yang terjadi diluar kendali.

Asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional dalam asuransi syariah setiap peserta sejak awal mendaftar sudah bermaksud saling tolong-menolong satu sama lain dan juga melindungi dengan menyisihkan dananya sebagai iuran yang disebut dengan dana *tabarru'*.

Praktik asuransi syariah tidak disebutkan secara tegas dalam Al-Qur'an. Namun

---

<sup>20</sup> Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 2 (2017): 105-117 <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>

<sup>21</sup> Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Asuransi di Indonesia* (Jakarta: PT. Intermasa 1996), 1.

<sup>22</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Bab 9 Pasal 247

<sup>23</sup> Fatwa DSN MUI Nomor: 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

Al-Qur'an mengakomodasi dalam beberapa ayat yang mempunyai nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi seperti nilai saling tolong-menolong, kerja sama, atau untuk melindungi diri terhadap peristiwa kerugian yang akan diderita dimasa yang akan datang. Landasan hukum Asuransi Syariah dijelaskan dalam Firman Allah, Al-Qur'an pada surah Al- Maidah ayat 2 ::

Artinya: “.. dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Q.S. Al-Maidah:2).

Dalam sebuah hadits juga dijelaskan sebagai berikut :

Artinya: "*Barang siapa melapangkan seorang mukmin dari satu kesusahan dunia, Allah akan melapangkannya dari salah satu kesusahan dihari kiamat. Barang siapa meringankan penderitaan seseorang, Allah akan meringankan penderitaannya di dunia dan akhirat. Barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, Allah akan menutupi (aib)nya di dunia dan akhirat. Allah akan menolong seorang hamba selama hamba itu mau menolong saudaranya.*" (HR. Muslim).

Hadist tersebut menjelaskan, kita sebagai umat muslim diwajibkan untuk mempunyai sifat saling peduli, saling tolong menolong sesama umat muslim. Bagi siapa yang menolong orang lain, maka Allah menjanjikan pertolongan di akhirat kelak khususnya dalam hal kebaikan. Usaha saling tolong menolong dan saling melindungi diantara para peserta asuransi merupakan konsep dan prinsip utama dalam pelaksanaan asuransi syariah. Apabila salah seorang anggota ada yang tertimpa musibah maka semua anggota yang lainnya membantu dengan cara merelakan preminya untuk dibayarkan kepada anggota atau nasabah yang mengalami kesulitan dan tertimpa musibah.

Konsep asuransi syariah sebagai sistem asuransi yang secara Islam sejalan dengan didasarkan syariat atau ajaran Islam. Sebagai berikut: 1). Al-Takaful yaitu sekumpulan beberapa orang yang saling bertanggungjawab dan berjanji untuk menanggung bersama-sama. Konsep al-takaful ini menggambarkan rancangan asuransi yang sesuai asas pertanggungjawaban, hubungan saudara atau peserta, dan perpaduan. Yang mana mereka bersepakat untuk saling membantu antara satu dengan yang lainnya dengan tujuan mewujudkan hubungan yang baik antar nasabah atau peserta itu sendiri dengan niat karena Allah SWT; 2). Al-Mudharabah ialah suatu kontrak perjanjian antara kedua belah pihak yaitu si pemilik modal dan pengusaha dalam perniagaan ataupun usahanya sendiri. Dalam konsep Al-takaful juga didasari dengan konsep Mudharabah yaitu memberi modal bagi pemegang polis dengan menyerahkan modal kepada perusahaan untuk diinvestasikan dalam usaha bisnis yang telah dibenarkan oleh syariat sesuai dengan persetujuan dan akad kontrak yang telah disepakati.<sup>24</sup>

Prinsip syariah asuransi berbeda dengan prinsip asuransi konvensional. Prinsip dalam asuransi syariah harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Islam. Ada beberapa prinsip yang mendasari operasional asuransi syariah, antara lain: 1). Saling Tolong Menolong dan Bekerja Sama. Dalam Q.S. Al-Maidah Ayat 2 juga sudah dijelaskan bahwa Allah memerintahkan umatnya untuk saling tolong menolong

---

<sup>24</sup> Nurul Ihsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014), h. 32.

dalam kebaikan dan taqwa. Bagi siapa yang memenuhi kebutuhan saudaranya, maka Allah akan memenuhi kebutuhannya. Yang berarti diantara para peserta asuransi takaful yang satu dengan lainnya sehingga timbulah rasa saling bekerja sama dan saling tolong menolong dalam mengatasi kesulitan yang dialami antar nasabah asuransi. Dalam Q.S. Al-Maidah ayat 2 dikatakan: “.. dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” 2). Saling Melindungi Dari Kesusahan Dan Kesulitan. Para peserta asuransi akan berperan sebagai pelindung bagi satu dengan yang lain yang mengalami kesulitan; 3). Saling Bertanggung Jawab. Disini para peserta sepakat untuk saling bertanggungjawab antara nasabah satu dengan nasabah lainnya. Apabila terdapat nasabah yang mengalami kerugian, maka para nasabah asuransi memiliki tanggungjawab untuk menolong peserta yang sedang kesusahan. Rasa tanggungjawab terhadap sesama merupakan kewajiban kita sebagai setiap muslim, dengan adanya rasa tanggungjawab maka kita akan mendapatkan kemakmuran dalam mewujudkan masyarakat yang taqwa. Maka asuransi takaful merealisasikan perintah Allah SWT yang dijelaskan di dalam Al-Qur’an dan Sunnah tentang kewajiban untuk tidak memperhatikan kepentingan sendiri tetapi juga mementingkan kepentingan orang lain; 4). Menghindari Unsur Gharar, Maysir, Riba, dan Haram. Prinsip utama dalam setiap aktivitas muamalah harus sesuai dengan akad dan ketentuan yang ada. Harus menghindari unsur-unsur yang mengandung gharar, maysir, riba maupun haram.<sup>25</sup>

PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada 1995 dan merupakan bagian dari Prudential PLC, London – Inggris. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) pertamanya pada 1999, Prudential Indonesia merupakan pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia telah mendirikan Unit Usaha Syariah sejak 2007 dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya. Hingga 31 Desember 2020, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dengan 6 kantor pemasaran di Bandung, Semarang, Surabaya, Denpasar, Medan, dan Batam serta 371 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia. Sampai akhir 2020 Prudential Indonesia melayani 2,8 juta tertanggung yang didukung oleh lebih dari 243.000 Tenaga Pemasar berlisensi. Prudential Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).<sup>26</sup>

Asuransi Syariah diselenggarakan PT. Prudential Life Assurance Mojokerto dilatarbelakangi oleh kegiatan tolong menolong. Sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh agency manager. PT. Prudential Life Assurance Mojokerto sudah menyelenggarakan asuransi Syariah sejak didirikannya yang dilandasi dengan rasa saling tolong-menolong dari berbagai pihak yang dilakukan melalui investasi. Melalui asuransi Syariah tersebut para peserta akan mendapatkan bantuan apabila terjadi suatu musibah yang terjadi oleh peserta tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Hendro, selaku manager PT. Prudential Life Assurance Mojokerto bahwa asuransi Syariah dikeluarkan karena memberi

---

<sup>25</sup> Andri Soemitra, *Asuransi Syariah* (Medan: Wal Ashri Publishing), 49.

<sup>26</sup> Power Point Profil Perusahaan PT. Prudential Life Assurance Mojokerto.

manfaat bagi orang-orang yang mengikuti asuransi ini, yaitu karena adanya unsur saling tolong-menolong apabila terjadi suatu musibah yang menimpa salah satu pihak tersebut. Melalui pelaksanaan *multi level marketing* asuransi Syariah, Bapak Hendro menjelaskan bahwa dalam memasarkan salah satu produk asuransinya, PT. Prudential Life Assurance Mojokerto menggunakan sistem *multi level marketing*, sistem yang menawarkan peluang usaha dalam bentuk bisnis asuransi bagi setiap nasabahnya. Melalui pelaksanaan *multi level marketing* asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Mojokerto, Bapak Hendro menjelaskan bahwa dalam memasarkan salah satu produk asuransinya, PT. Prudential Life Assurance Mojokerto menggunakan sistem *Multi Level Marketing (MLM)*. Sistem jaringan yang menawarkan peluang usaha dalam bentuk bisnis asuransi bagi setiap nasabahnya. Karena, pada dasarnya pemasaran produk asuransi PT. Prudential Life Assurance Mojokerto menggunakan sistem *agency* (keagenan) yaitu *member get member* atau mencari anggota lainnya. Karena semakin banyak yang diajak tentu semakin besar bonus yang kita dapat. Pemasarannya menjelaskan keuntungan menjadi nasabah serta peluang mendapatkan bonus tambahan bila berhasil mengajak nasabah.<sup>27</sup>

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan bapak hendro bahwa dalam pratiknya pembagian komisi di PT. Prudential Assurance disamakan dengan bonus, bonus yang diberikan kepada setiap jenjang dalam sistem jaringannya beraneka macam sesuai dengan produk yang dipilih.

### **Tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap perusahaan asuransidengan sistem *Multi Level Marketing (MLM)***

Menghadapi persaingan di industri perasuransian yang semakin hari semakin pesat, maka banyak dari perusahaan-perusahaan mencari cara untuk meningkatkan produktivitas dari perusahaannya. Salah satu polabisnis yang saat ini sedang digemari oleh para pengusaha adalah penjualan dengan sistem *Multi Level Marketing* atau yang biasa kita sebut dengan MLM. *Multi Level Marketing (MLM)* merupakan cabang dari *direct selling* yaitu suatu sistem bisnis yang pemasarannya menggunakan *member* sebagai pembeli, konsumen, pemasar dan juga distributor.<sup>28</sup> *Multi Level Marketing (MLM)* merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya melalui pengembangan agen asuransi secara langsung tanpa campur tangan perusahaan. Di PT. Prudential Life Assurance Mojokerto sistem penjualan langsung berjenjang syariah salah satunya perekrutan anggota setiap member yang akan memperluas jaringannya harus melakukan perekrutan anggota baru. dalam pengembangan agen di perusahaan tersebut menawarkan bonus dan komisi jika nasabah dapat mengajak anggota yang lain untuk bergabung dan bisa masuk menjadi nasabah tetap. jika nasabah lain dapat mengajak anggota yang lain bergabung maka mereka akan mendapatkan bonus dan komisi baik yang sebagai upline ataupun downlinenya. Dalam hal ini nilai-nilai insentif haruslah adil dan sesuai dengan kemampuan kerja anggotanya. Bonus dari seorang *Up-line* tidak boleh mengurangi hak *Down-linenya*, karna disini seorang *Down-line* sering bekerja lebih

---

<sup>27</sup> Bapak hendro, Manager PT. Prudential Life Assurance Mojokerto, pada tanggal 12 Januari 2022.

<sup>28</sup> <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mlm-definisi-multi-level.html>

(diakses pada 30 Oktober 2020 pada jam 20:54).

keras, sehingga tidak ada dari mereka yang merasa terdzalimi. Jika suatu perusahaan asuransi yang menggunakan pemasaran dengan sistem MLM yang memberikan bonus atau komisi dengan kinerja yang berbeda dan jika seorang leader mendapatkan bonus lebih besar dari down-line maka hal itu sudah menyalahi aturan. Karena Bonus yang didasarkan atas jenjang tertentu dalam sistem MLM masih berkaitan dengan prestasi penjualan seorang mitra usaha dalam periode tertentu, namun prestasi harus dapat dipertahankan dalam beberapa periode secara berturut-turut. Dengan kata lain, tidak hanya memberikan bonus kepada anggota yang melakukan perekrutan. Seberapa banyak jumlah anggota baru yang berhasil direkrut, itulah bonus-bonus yang menjadi hak perekrut. Dari paparan data dan teori tersebut dapat dianalisis bahwa pada fatwa di atas telah disebutkan “bonus yang diberikan kepada anggota harus berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait dengan nilai hasil penjualan barang atau produk jasa. Dalam hal ini, seorang *member* akan mendapatkan bonus dari perusahaan apabila ia mampu menjual produk asuransi dan melakukan perekrutan *member*. Terkait dengan hasil produk atau jasa yang dijual member akan mendapatkan bonus dari perusahaan apabila ia berhasil melakukan perekrutan atau mengajak *member* baru untuk bergabung.

Gambaran umum tentang pentingnya mempertahankan Fatwa DSN-MUI sebagai seorang Muslim. Isi Fatwa: a. Ada objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa, beberapa produk yang ditawarkan oleh PT. Prudential Life Assurance Mojokerto antara lain A. Unit link PSGB (Prulink Syariah Generasi Baru), PGB (Prulink Generasi Baru) PPHT (Pru Primer Heart Care) B. Prulink Tradisional, Syariah ( Pru Cinta), Non Syariah ( PCB) b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang haram atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram, PT. Prudential Life Assurance Barang yang diperdagangkan merupakan barang yang halal yang mengandung manfaat untuk digunakan. Dan bukan suatu transaksi yang dilakukan tetapi dalam objeknya dilarang dalam syariah. c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, *maysir*, riba, *dharar*, *dzulm*, maksiat, d. Tidak ada harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh, e. 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 PLBS, bonus yang diberikan kepada anggota harus berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait dengan nilai hasil penjualan barang atau produk jasa. Dalam hal ini, seorang *member* akan mendapatkan bonus dari perusahaan apabila ia mampu menjual produk asuransi dan melakukan perekrutan *member*. Terkait dengan hasil produk atau jasa yang dijual member akan mendapatkan bonus dari perusahaan apabila ia berhasil melakukan perekrutan atau mengajak *member* baru untuk bergabung. f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan, Persyaratan ini berkaitan dengan ketentuan umum dalam akad. Dalam *Multi Level Marketing (MLM)*, bonus ini berkaitan dengan akad ijarah atau jualah yang berdasarkan target. Meskipun dalam prakteknya banyak anggota yang tidak memahami tentang pembagian bonus yang mereka ikuti. Bonus merupakan hadiah apabila seorang agen mencapai target tertentu maka ia akan mendapatkan bonus-bonus yang semakin banyak g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif

yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa, h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*, Bonus merupakan tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya, j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain, Jika suatu perusahaan ingin melakukan perekrutan anggota maka setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut. Mitra usaha memiliki kewajiban untuk selalu mendampingi dan membantu anggota untuk memasarkan produknya, serta tidak melenceng dari ketentuan yang telah ada, seperti kegiatan *money game*. k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut, l. Tidak melakukan kegiatan *money game*. *Money game* merupakan kegiatan untuk menghimpun dana masyarakat dengan praktik memberikan komisi dari hasil pendaftaran mitra usaha yang bergabung dan bukan dari hasil penjualan produk.<sup>29</sup>

Dari fatwa tersebut, bisa kita ambil kesimpulan bahwasannya MLM merupakan suatu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi dimana dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran perusahaan. salah satu ciri yang dimiliki mml ini adalah sistem berjenjang sedangkan dalam MLM syariah setiap usaha MLM sistem operasionalnya didasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Penjualan Langsung Berbasis Syariah (PLBS) tidak dilarang dan boleh dilakukan selama ketentuan-ketentuannya dapat dipertanggung jawabkan. Syariah atau tidaknya pelaksanaan *Multi Level Marketing (MLM)* tergantung dari sistem pelaksanaannya apakah sudah sesuai dengan peraturan yang ada atau belum dan bagaimana konsistensi dalam memperhatikan hal-hal yang bisa merusak akad yang dilakukan dalam *Multi Level Marketing (MLM)* yang dikembangkan.

Dari beberapa ketentuan yang harus terpenuhi adalah adanya objek yang riil atau nyata yang akan diperjualbelikan yaitu berupa barang dan jasa. Barang yang diperjualbelikan bukanlah sesuatu yang diharamkan. Namun perlu kita ketahui bahwa dalam pemasaran *Multi Level Marketing (MLM)*, meskipun objek yang digunakan tersebut barang yang halal, tidaklah serta merta dapat menjamin bahwa sistem tersebut sesuai dengan aturan syariah, karena jika tidak ada pembinaan dan pengawasan dengan tidak dipakainya sesuai dengan akadnya maka akan menimbulkan kezaliman. Dan jika diterapkannya suatu ketentuan perihal komisi dan bonus bagi yang bisa mendapatkan nasabah baru maka pihak asuransi harus lebih berhati-hati karena komisi dan bonus yang diberlakukan seharusnya hanya diberikan kepada nasabah yang mendapatkan agen baru bukan posisi yang ada di dalamnya. Maka tidak menutup kemungkinan terjadi ketidak-syariah-an atau melanggar syariat Islam dalam praktiknya. Begitupun dalam pemasaran, *Multi Level Marketing (MLM)* hal ini boleh

---

<sup>29</sup> Fatwa No. 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah.

dilakukan asal tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *dzulm* ataupun *money game*. Akan tetapi bila ditinjau secara menyeluruh dari berbagai aspek hukum yang terkait, maka praktik asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* memiliki risiko terjadinya pelanggaran perjanjian oleh pihak agen asuransi maupun pihak perusahaan asuransi kepada pihak tertanggung atau pemegang polis. Maka diwajibkan pihak penanggung atau perusahaan asuransi dan agen asuransi sebagai pihak pelaku usaha agar berhati-hati. Maka dari itu lebih baik dalam perasuransian tidak menggunakan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* dalam sistem pemasaran yang dilakukannya. Terutama dalam produk asuransi syariah karena pada hakikatnya asuransi syariah adalah asuransi dengan konsep saling tolong menolong.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya Penjualan langsung atau yang biasa kita kenal dengan *Multi Level Marketing (MLM)* adalah salah satu metode penjualan produk yang belakangan ini banyak dipraktekkan karena dianggap efektif. Suatu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi dimana dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran perusahaan. Salah satu ciri yang dimiliki MLM ini adalah adanya sistem berjenjang sedangkan dalam MLM syari'ah setiap usaha sistem operasionalnya didasarkan pada prinsip-prinsip Syariah. Dalam menyikapi bisnis tersebut, perlu adanya wawasan dan pemahaman yang baik, benar dan utuh.

Penjualan Langsung Berbasis Syariah tidak dilarang dan boleh dilakukan selama ketentuan-ketentuannya dapat dipertanggung jawabkan. Syariah atau tidaknya pelaksanaan *Multi Level Marketing (MLM)* tergantung dari sistem pelaksanaannya apakah sudah sesuai dengan peraturan yang ada atau belum dan bagaimana konsisten memperhatikan hal-hal yang bisa merusak akad yang dilakukan dalam *Multi Level Marketing (MLM)* yang dikembangkan. Dari beberapa ketentuan yang harus terpenuhi adalah adanya objek riil atau nyata yang akan diperjualbelikan yaitu berupa barang dan jasa . barang yang diperjualbelikan bukanlah sesuatu yang diharamkan. dan komisi yang diberikan kepada nasabah harus sesuai kerja yang mereka lakukan, siapa yang bekerja maka mereka yang mendapatkan komisi ataupun bonus dari perusahaan.

*Multi Level Marketing (MLM)* hal ini boleh dilakukan asal tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *dzulm* ataupun *money game*. akan tetapi bila ditinjau secara menyeluruh dari berbagai aspek hukum yang terkait, maka praktik asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* memiliki risiko terjadinya pelanggaran perjanjian oleh pihak agen asuransi maupun pihak perusahaan asuransi kepada pihak tertanggung/pemegang polis maka diwajibkan pihak penanggung/perusahaan asuransi dan agen asuransi sebagai pihak pelaku usaha agar berhati-hati. Maka dari itu lebih baik dalam perasuransian tidak menggunakan sistem *Multi Level Marketing (MLM)* dalam pemasaran yang dilakukan apalagi dalam produk asuransi syariah karna pada hakikatnya asuransi syariah adalah asuransi dengan konsep saling tolong menolong.

### **Daftar Pustaka**

Abdillah, Nanang. "Multi Level Marketing Dalam Islam," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 (2020): 16-28

## Journal of Islamic Business Law

Volume 5 Issue 4 2021

ISSN (Online): 258-2658

Available online at: <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl>

<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.82>.

Administrator, Daftar Perusahaan Asuransi Umum Jiwa dan Reasuransi dengan Prinsip Syariah, 19 Februari 2016, diakses 4 November 2021 <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Daftar-Perusahaan-Asuransi-Umum-Jiwa-dan-Reasuransi-dengan-Prinsip-Syariah.aspx>.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Renika Cipta, 2006.

Djamil, Fathurrahman. *Metode Ijtihad Majelis Tarjih Muhammadiyah*. Jakarta: Logos, 2017.

Fatwa DSN MUI Nomor: 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

Fatwa DSN-MUI No : 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berbasis Syariah.

Gazali. "Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah," *IQRA: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman*, Vol 13 No. 2 (2018): 15-33 <https://doi.org/10.56338/iqra.v13i2.261>.

Harefa, Andreas. *Multi Level Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999.

Hartono, Sri Redjeki. *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafika, 1997.

Hasan, Nurul Ichsan. *Pengantar Asuransi Syariah*. Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014.

Husain, Achmad. "Penerapan Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Di P.T Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Manado Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Islam" *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* Vol. 12 No. 2 (2017): 1-17 <http://dx.doi.org/10.30984/as.v12i2.330>.

Mardalis, Ahmad, Nur Hasanah. "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam," *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1 (2017): 29-41 <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2693>.

Marimin, Agus, dkk. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 2 (2017): 105-117 <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>

Ningsih, Seri Utami. "Direct selling dalam usaha perasuransian perspektif hukum Islam," *Al-Muamalat: Jurnal Hukum & Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1 (2020): 87-103 <https://doi.org/10.32505/muamalat.v5i1.1504>.

Nurhasanah, Siti, Sulamat Taufik. "Bisnis Multi Level Marketing Pada PT. K-Link Nusantara Di Tinjau Dari Hukum Bisnis Islam," *Kordinat Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, Vol. 19 No. 1 (2020):219-233 [10.15408/kordinat.v19i2.17795](https://doi.org/10.15408/kordinat.v19i2.17795).

Prodjodikoro, Wirjono. *Hukum Asuransi di Indonesia*. Jakarta: PT. Intermasa, 1996.

Rahmah, Lailatur, dkk. "Bisnis MultiLevel Marketing dalam tinjauan fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 (studi kasus pada member MLM 4JOVEM Situbondo)", *Istidlal*, Vol. 1 No. 2 (2017):100-112 <https://doi.org/10.35316/istidlal.v1i2.102>.

Rahmawaty, Anita. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam pandangan Islam," *Equilibrium*, Vol. 2 No. 1 (2017): 68-83 [10.21043/equilibrium.v2i1.716](https://doi.org/10.21043/equilibrium.v2i1.716).

Salim, Abbas. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: Rajawali Press, 2007.

Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1984.

Soemitra, Andri. *Asuransi Syariah*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2000.

**Journal of Islamic Business Law**

Volume 5 Issue 4 2021

ISSN (Online): 258-2658

Available online at: <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl>

Ulya, Nadziratul, dkk. “Analisis Pemasaran Direct Selling MLM Syariah Member Pt Tiens,” *Journal of Islamic Studies and Humanities*, Vol.6 No. 2 (2021): 130-147 <http://dx.doi.org/10.21580/jish.v6i2.8999>.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.