

**PRAKTIK BISNIS ORIFLAME SWEDEN DI JEMBER  
DALAM PERSPEKTIF HADIS**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Agama (S.Ag)  
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora  
Program Studi Ilmu Hadis



Oleh:

**Alhida Nur Azizah**  
**NIM : U20162031**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN HUMANIORA  
JUNI 2020**

**PRAKTIK BISNIS ORIFLAME SWEDEN DI JEMBER  
PERSPEKTIF HADIS**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Agama (S.Ag)  
Fakultas ushuluddin, Adab dan Humaniora Jurusan Tafsir Hadis  
Program Studi Ilmu Hadis

**Oleh :**

**ALHIDA NUR AZIZAH  
U20162031**

**Disetujui Pembimbing**



**Dr. Fawaizul Umam, M.Ag  
NIP. 197302272000031001**

# PRAKTEK BISNIS ORIFLAME SWEDEN DI JEMBER DALAM PERSPEKTIF HADIS

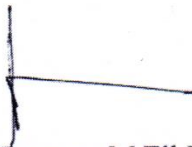
## SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag)  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora  
Program Studi Ilmu Hadis

Hari : Kamis

Tanggal : 25 Juni 2020

Ketua

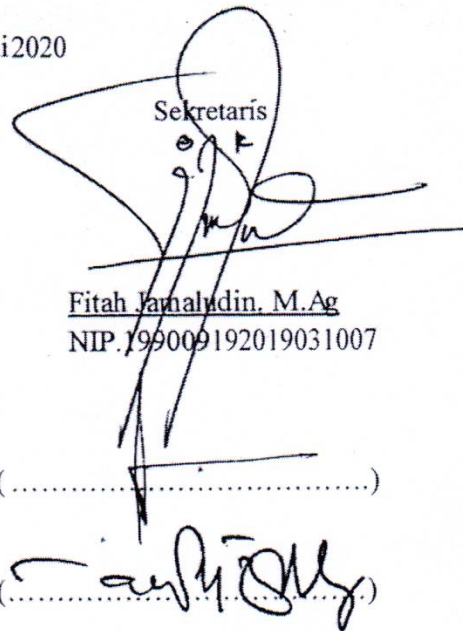


Dr. H. Kasman, M.Fil.I  
NIP. 197104261997031002

Anggota:

1. Dr. H. Kasman, M.Fil.I
2. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag

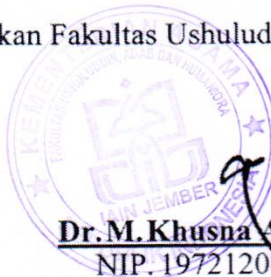
Sekretaris



Fitah Jamaludin, M.Ag  
NIP. 199009192019031007

Menyetujui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Humaniora



Dr. M. Khusna Amal, S.Ag, M.Si  
NIP. 197212081998031001

## MOTTO

عَنْ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ، قَالَ:  
" قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: " عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ "

Dari Rafi' bin Khadij mengatakan:  
Rasulullah pernah ditanya mengenai pekerjaan apa yang paling baik? Nabi  
Menjawab: "Kerja dengan tangan dan semua jual beli yang mabrur"



## **PERSEMBAHAN**

### **Skripsi ini penulis persembahkan untuk:**

Apak Azis Muslim dan Mamah Su'aidah yang senantiasa mendoakan dan tak kenal lelah memberi semangat apapun demi kebaikan hidup putrinya. Terimakasih untuk setiap doa, usaha dan keringat apak dan mamah selama ini, semoga putrimu dapat membahagiakan keluarga secara lahir dan batin dan selalu bersyukur telah

ditakdirkan dalam rumah yang sangat istimewa.

Untuk adik Nia dan Syifa yang selalu menciptakan canda dan senyuman

Seluruh guru, ustadz, dan ustadzah yang membimbingku

Sahabat-sahabatku kamar A5 PP. Nurul Hidayah

Sahabat keluarga besar ilmu hadis 2016

Untuk terkasih Amin FR

Almamaterku

Institut Agama Islam Negeri Jember

**IAIN JEMBER**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد بن عبد الله الذي أرسله الله تعالى رحمة للناس وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين

Syukur Alhamdulillah kami haturkan kepada Allah Maha pemberi nikmat dan semangat. Atas izin-Nya perencanaan, pelaksanaan, penyelesaian skripsi yang berjudul **Praktik Bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam Perspektif Hadis** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Jika bukan karena ke-Agungan dan kasih Sayang-Nya, sungguh penulis merasa tidak memiliki kemampuan dalam melakukan penelitian ini. Namun Syukur tak terkira penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu dengan sepenuh hati penulis menyampaikan banyak terima kasih dan *jazakumullaoh khoir* kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor IAIN Jember
2. Bapak Dr. M. Khusna Amal, S.Ag, M.S.i selaku ketua Program Studi Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora
3. Bapak H. Mawardi Abdullah, Lc., M.A selaku ketua Program Studi Ilmu HAdis Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora.
4. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan telah banyak memberi kontribusi baik arahan,

saran, motivasi, semangat dan bimbingannya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh keluarga tercinta terutama bapak dan mamah yang selalu mendoakan, menasehati, dan mengarahkan kami ke jalan yang diridhai Allah. Semoga Allah selalu memberikan segala yang terbaik kepada mereka.
6. Pengasuh PP. Nurul Hidayah yang selalu memberikan berbagai ilmu kehidupan.
7. Sahabat-sahabat penyemangat Ilmu hadis 2016 dan PP. Nurul Hidayah
8. Seluruh sahabat komunitasku:
  - a. ICIS (Institute of Culture and Islamic Studies) yang telah memberikan dukungan dan telah mengajarkan kami untuk menjadi pribadi yang kompetitif
  - b. ISNU Tanggul (Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama') yang selalu memberi pengetahuan, dukungan dan doa

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna dan banyak kekurangannya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 25 Juni 2020

ALHIDA NUR AZIZAH  
NIM. U20162031

## ABSTRAK

**Alhida Nur Azizah, 2020:** *Praktek Bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam Perspektif Hadis*

Bisnis merupakan semua aktifitas produksi perdagangan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Semakin canggihnya perkembangan dunia semakin banyak pula bisnis yang bermunculan. Setiap bisnis akan berkembang dengan adanya sistem dan aturan yang baik dalam menjalankan bisnisnya.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: 1) Apa itu bisnis Oriflame Sweden; 2) Bagaimana praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember; 3) Bagaimana praktik bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan Hadis.

Dengan demikian maka tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan bisnis Oriflame Sweden, 2) Untuk mendeskripsikan praktek bisnis Oriflame Sweden di Jember, 3) Untuk mendeskripsikan praktek bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan hadis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif (*Descriptive Research*). Dengan memaparkan secara sistematis tentang fakta-fakta yang ada dalam suatu daerah tertentu, apa adanya dan benar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penjualan di bisnis Oriflame Sweden menggunakan barang yang sifatnya riil, hanya saja produk tidak sedang ada di tangan penjual, produk tersebut ada di kantor. Sehingga konsumen perlu memesan terlebih dahulu untuk membeli produk. Penjualan demikian termasuk jual beli dengan pesan atau salam. Pemberian upah di dalam bisnis Oriflame Sweden ini dibayarkan di waktu yang sama setiap bulannya. Pemberian upah di Oriflame Sweden sangatlah adil. Karena untuk menentukan besaran upah yang didapatkan dengan menggunakan perhitungan dari banyaknya hasil penjualan produk, bukan dari hasil banyaknya hasil rekrutmen member. Produk Oriflame Sweden merupakan produk yang terbuat dari tumbuh-tumbuhan. Sehingga tidak mebuat perdebatan. Selain dibuat dari segala jenis tumbuh-tumbuhan, produk Oriflame Sweden juga diracik dari Negara Swedia yang dikenal superketat untuk memberikan izin edar jika produk tersebut tidak benar baik untuk digunakan.

# IAIN JEMBER



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>             | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>    | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>    | <b>iii</b>  |
| <b>MOTTO .....</b>                     | <b>iv</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>             | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                 | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>              | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>              | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>           | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>          | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                | 1           |
| B. Fokus Penelitian .....              | 4           |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 5           |
| D. Manfaat Penelitian .....            | 5           |
| E. Definisi Istilah.....               | 6           |
| F. Metode Penelitian.....              | 7           |
| G. Sistematika Penulisan .....         | 13          |
| <b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b> | <b>15</b>   |
| A. Penelitian Terdahulu .....          | 15          |
| B. Kajian Teori .....                  | 18          |

|   |            |
|---|------------|
| 1. Bisnis.....  | 18         |
| 2. Hadis (Sunnah).....  | 22         |
| 3. <i>Multi Level Marketing</i> .....                             | 30         |
| <b>BAB III SEPUTAR BISNIS ORIFLAME SWEDEN.....</b>                | <b>39</b>  |
| A. Sejarah Terbentuknya Oriflame Sweden .....                     | 39         |
| B. Sistem Bisnis Oriflame Sweden.....                             | 43         |
| 1. Sistem Penjualan Produk .....                                  | 43         |
| 2. Perekrutan Member .....  | 45         |
| 3. Kenaikan Level dan Pemberian Gaji.....                         | 49         |
| 4. Keamanan dan Kualitas Produk.....                              | 58         |
| C. Praktik Bisnis Oriflame di Jember .....                        | 62         |
| <b>BAB IV BISNIS ORIFLAME SWEDEN</b>                              |            |
| <b>DALAM TINJAUAN HADIS .....</b>                                 | <b>68</b>  |
| A. Penjualan yang Mengandung Penipuan (Gharar) .....              | 68         |
| B. Pemberian Upah kepada Pekerja.....                             | 75         |
| C. Larangan Jual Beli dengan Barang Haram.....                    | 80         |
| D. Telaah Hadis Terhadap Bisnis Oriflame Sweden .....             | 83         |
| E. Nilai-Nilai Spiritual Hadis dengan Bisnis Oriflame Sweden..... | 97         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>  | <b>100</b> |
| A. Kesimpulan .....   | 100        |
| B. Saran.....   | 102        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                       | <b>103</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>                                    | <b>106</b> |

## DAFTAR TABEL

| No   | Uraian   |    |
|------|--|----|
| 3.1  | Welcome Program Oriflame .....                                 | 45 |
| 3.2  | Level Consultant Oriflame .....                                | 50 |
| 3.3  | Level Manager Oriflame .....                                   | 51 |
| 3.4  | Bonus Consultant Oriflame .....                                | 56 |
| 3.5  | Bonus Manager Oriflame .....                                   | 56 |
| 3.6  | Bonus Gold Oriflame .....                                      | 56 |
| 3.7  | Bonus Diamond Oriflame .....                                   | 57 |
| 3.8  | Bonus Executive Oriflame .....                                 | 57 |
| 3.9  | Bonus President Oriflame .....                                 | 57 |
| 3.10 | Top Brand 2019 .....   | 61 |
| 4.1  | Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Imam Muslim .....     | 84 |
| 4.2  | Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Sunan Ibn Majah ..... | 91 |
| 4.3  | Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Imam Bukhari.....     | 95 |

IAIN JEMBER

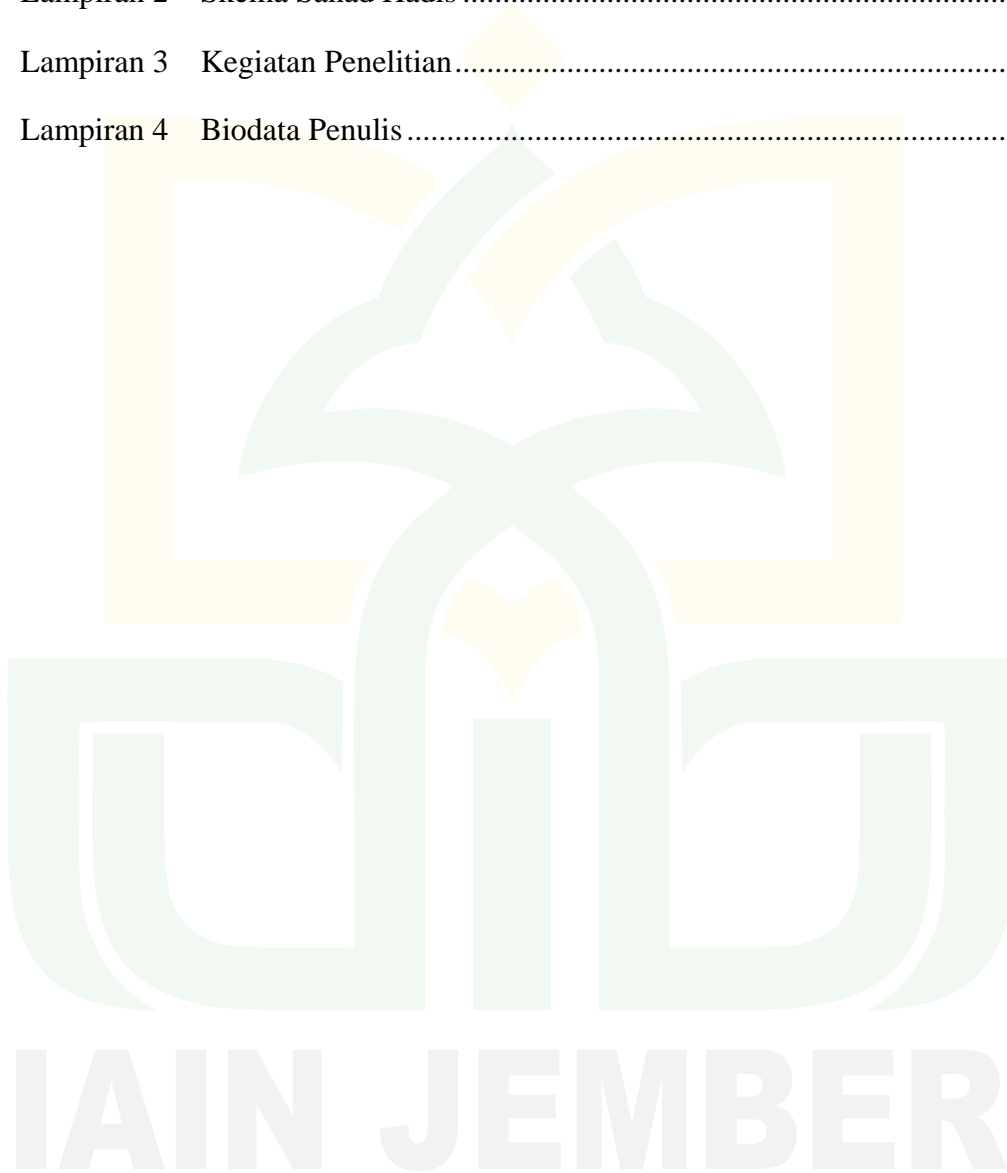
## DAFTAR GAMBAR

| No  | Uraian                |    |
|-----|-----------------------|----|
| 3.1 | Label Halal MUI ..... | 62 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|            |                                   |     |
|------------|-----------------------------------|-----|
| Lampiran 1 | Pernyataan Keaslian Tulisan ..... | 106 |
| Lampiran 2 | Skema Sanad Hadis .....           | 107 |
| Lampiran 3 | Kegiatan Penelitian.....          | 110 |
| Lampiran 4 | Biodata Penulis .....             | 114 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perkembangan pesat terjadi hampir pada setiap sektor dan berbagai perubahan mewarnainya. Kemajuan dalam berbagai bidang seperti ilmu pengetahuan, telekomunikasi, teknologi informasi, jaringan transportasi dan sektor-sektor kehidupan lainnya, mengakibatkan arus informasi semakin mudah dan lancar mengalir kepada setiap individu dan kelompok yang membutuhkannya.

Dalam tuntutan kepercayaan dan berbagai tuntutan bermasyarakat sangat jelas diperlukan sifat mental yang pasti, sangat mementingkan kepentingan umum dan diri sendiri, seperti kejujuran, berjiwa besar, tanggung jawab, dan unsur-unsur lainnya yang sangat penting dalam dunia usaha. Ada banyak usaha yang dapat dilakukan di zaman yang serba canggih ini, diantaranya ialah dengan berbisnis.

Banyak sekali bisnis yang berkembang di Indonesia terutama pada abad 20 ini. Salah satu bisnis yang sering terdengar dan sangat populer dengan janjinya membuat kaya dengan cepat adalah bisnis dengan sistem *multi level marketing* dalam berbagai bidang. Namun selain itu banyak juga terdengar mengenai kontroversi dari status bisnis *multi level marketing* atau biasa disingkat MLM. Sejak masuk ke Indonesia pada sekitar 1980-an, jaringan bisnis penjualan langsung (*Direct Selling*) MLM terus marak dan subur menjamur. Model bisnis seperti ini semakin berkembang setelah adanya krisis

moneter dan ekonomi. Menurut catatan APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), saat ini ada sekitar 200-an<sup>1</sup> (dua ratusan) perusahaan yang menggunakan sistem MLM dan masing-masing memiliki karakteristik, pola, sistem, dan model tersendiri.

MLM (*Multi level marketing*) adalah bisnis yang dilakukan dengan cara memberikan hak distributor suatu produk kepada satu dua distributor atau pengecer saja pada suatu area daerah. Barang-barang yang ditawarkan ialah barang-barang dengan kualitas dan harga yang tinggi.<sup>2</sup> Mengenai bahwa *multi level marketing* itu diperbolehkan atau dilarang itu tidak dapat disama ratakan, tidak boleh ditentukan karena bergabung atau tidaknya dalam keanggotaan APLI, tidak dapat pula diakui melalui klaim dengan sendirinya, namun bergantung dengan sejauh mana praktik *multi level marketing* tersebut di lapangan. *Multi level marketing* diperbolehkan dengan syarat-syarat seperti; tidak adanya paksaan ketika melakukan jual beli barang, barang yang diperjual belikan merupakan barang yang suci bukan barang yang najis atau haram, barang tersebut bermanfaat dan transparan, serta barang dijual dengan harga yang wajar. Adapun *multi level marketing* menjadi dilarang apabila dilakukan dengan cara pemaksaan, barang yang diperjual belikan tidak jelas (tidak dapat dilihat oleh pembeli), harga barang jauh lebih tinggi dari harga wajar, dan melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanam modal dengan janji memberikan keuntungan tertentu setiap bulan.

---

<sup>1</sup> Agus Marimin, *Bisnis Multi level marketing (MLM) dalam Pandangan Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2 (Juli, 2016), 107

<sup>2</sup> Frans Bararuallo, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), 50

Dalam kenyataannya banyak ditemukan praktik bisnis *multi level marketing* di Indonesia. Salah satunya adalah bisnis Oriflame Sweden. Oriflame Sweden merupakan bisnis yang didirikan di Swedia pada tahun 1967. Bisnis ini memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan mulai dari kecantikan sampai kesehatan yang inovatif lebih dari 60 negara di dunia. Bisnis ini merupakan bisnis yang memiliki penjualan sekitar kurang lebih 1,5 milyar pertahun. Hal tersebut dirasa wajar mengingat bisnis Oriflame Sweden ini memiliki sekitar 3,5 Juta Konsultan di seluruh dunia.<sup>3</sup>

Agar lebih menarik peneliti akan melakukan penelitian mengenai bisnis Oriflame Sweden dengan menggunakan perspektif hadis. Melalui pemaparan hadis-hadis Nabi bisnis ini akan lebih jelas bagi anggota dari bisnis Oriflame Sweden di Indonesia yang mayoritas Islam. Dan menjadi penting bagi seseorang yang berminat untuk menjalankan bisnis ini agar supaya mengetahui hadis-hadis Nabi Saw yang berbicara mengenai ini. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah mengaitkan sistem dalam bisnis Oriflame Sweden dengan hadis. Sehingga para pembaca mengetahui dalil atau dasar hadis Nabi dalam perihal bisnis Oriflame Sweden ini.

Dari pemaparan uraian di atas peneliti tertarik untuk menelaah lebih lanjut penelitian ini. Maka penelitian yang akan disajikan dalam skripsi ini berjudul “Praktik Bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam Perspektif Hadis.

---

<sup>3</sup> *Oriflame Success Plan Leaders Edition*, 10



## B. Fokus penelitian

Ada beberapa fokus penelitian yang akan dibahas, akan tetapi dalam fokus penelitian ini, agar bahasan tidak terlalu meluas dan lebih terarah serta mendalam, maka penulis membatasi beberapa permasalahan diantaranya:

1. Apa itu bisnis Oriflame Sweden?
2. Bagaimana praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember?
3. Bagaimana praktik bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan Hadis?

Adapun dalam penelitian ini penulis membatasi dengan tiga buah hadis yang dijadikan pandangan hadis-hadis tersebut adalah:

- 1) Hadis tidak diperbolehkannya jual beli dengan penipuan

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ<sup>4</sup>

Artinya: Dari Abu Hurairah, beliau berkata: “Rasulullah Saw melarang jual beli dengan cara melempar, dan jual beli yang mengandung penipuan.”

- 2) Hadis membayar upah kepada pekerja

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ، قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ<sup>5</sup>

Artinya: Dari Abdillah bin ‘Umar mengatakan: Rasulullah Saw mengatakan: Berikanlah upah kepada pekerja, sebelum kering keringatnya.

- 3) Hadis dilarangnya jual beli dengan barang yang haram

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، أَنَّهُ: سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ  
عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ: إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ،<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Muslim bin Al-Hajjaj Abu Al-Hasan Al-Qusyairy, *Musnad Shohih AL-Mukhtashar*, (Bairut: Dar Al-Ihya' AL-Tarats AL-Arabi) Juz 3, 1153

<sup>5</sup> Ibn Majjah Abu Abdillah Muhammad bin Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibn Majjah*, (Dar Al-Ihya' Al-Kitab Al-Arabiyah) Juz 2, 817

Artinya: Dari Jabir bin Abdillah ra sesungguhnya dia mendengar Rasulullah Saw bersabda pada tahun penakhlukan kota mekkah. “Sesungguhnya Allah san Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar.”

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bisnis Oriflame Sweden
2. Untuk mendeskripsikan praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember
3. Untuk mendeskripsikan praktik bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan hadis

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian.<sup>7</sup> Adapun manfaat penelitian ini ialah:

1. Manfaat teoretis
  - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap khazanah dan wawasan keilmuan Islam khususnya mengenai praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam pandangan hadis
  - b. Sebagai upaya mengembangkan ilmu pengetahuan pada aspek pemahaman terhadap hadis Nabi, terutama yang berkaitan dengan problematika bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan hadis.

---

<sup>6</sup> Muhammad bin Ismail, *Al-Jami' Al-Musnad Al-Shahih Al-Mukhtashar*, (Dar' Atuqhan Najah, 1422 H) Juz 3, 84.

<sup>7</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember:STAIN Jember Press, 2014), 45.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya hal ini dapat dijadikan sarana informasi yang jelas mengenai praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam pandangan hadis
- b. Bagi peneliti dapat memperdalam pengetahuan mengenai praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam pandangan hadis

## E. Definisi Istilah

Penegasan judul atau definisi istilah merupakan suatu langkah untuk memberikan arah agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasi maksud dari penelitian nanti. Di samping itu juga dapat mengarahkan jalannya penelitian serta dapat memberikan gambaran yang dapat dipahami melalui judul.

### 1. Bisnis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis diartikan sebagai usaha dagang atau usaha komersial. Sedang menurut Straub dan Attner, bisnis diartikan sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan konsumen untuk memperoleh profit.<sup>8</sup>

### 2. Oriflame Sweden

Oriflame Sweden merupakan suatu bisnis produk kecantikan yang berasal dari negara Swedia.

---

<sup>8</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) hal 15

### 3. Perspektif

Perspektif adalah pengharapan, peninjauan, tinjauan, pandangan luas.<sup>9</sup>

### 4. Hadis

Hadis adalah sesuatu yang diberitakan dari Nabi Saw, baik berupa perkataan, perbuatan, ketetapan, dan sifat-sifat maupun *hal ikhwal* Nabi.<sup>10</sup>

## F. Metodologi Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, di mana tujuan dasar dari penelitian ini adalah menjelaskan dan memaparkan perihal terkait dengan praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam pandangan hadis. Oleh karena itu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yakni penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang dialami, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna pada generalisasi.<sup>11</sup> Penelitian menggunakan ini pendekatan kualitatif agar mendapatkan gambaran yang jelas dari objek penelitian yang dituju oleh peneliti.

Jenis penelitian ini adalah *Descriptive Research*, penelitian ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis tentang fakta-fakta yang ada

<sup>9</sup> A. Partanto, M Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, 600.

<sup>10</sup> M. Agus Sholahuddin, Agus Suryadi, *Ulumul Hadis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008) hal. 15

<sup>11</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007), 9.

dalam suatu daerah tertentu, apa adanya dan benar.<sup>12</sup> Dari dokumen yang ada tersebut peneliti melakukan analisis secara mendalam dan interpretasi sesuai dengan judul penelitian yang sedang dilakukan.

## 2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah SPO (*Service Point Oriflame*) Jember di Jalan Gunung Agung 3 Karimata kecamatan Sumbersari kabupaten Jember. Dan setiap member yang berada di bawah naungan SPO Jember.

## 3. Subjek Penelitian

Dalam subjek penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Dalam hal ini sumber data yang digunakan oleh peneliti ialah:

### a. Data primer

Data ini diperoleh dari hasil observasi dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan Director, Manager, Konsultan, Member dan Customer dari Oriflame Sweden di Jember yang dapat memberi informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

### b. Data skunder

Data ini diperoleh dari buku-buku, literatur, jurnal, majalah serta kitab-kitab yang berhubungan dengan penelitian ini.

---

<sup>12</sup> Moh, Kasiram, *Metodologi Penelitian*, (Sukses Offset: Yogyakarta, 2010)., 154

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang harus dilakukan oleh seorang peneliti. Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dokumentasi yang masing-masing proses tersebut mempunyai peranan penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat dan sebanyak-banyaknya.

Adapun teknik yang digunakan dalam memperoleh data dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Observasi

Metode observasi digunakan oleh peneliti agar peneliti mendapatkan informasi-informasi mengenai objek penelitian, baik secara verbal maupun tindak.

Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- 1) Letak SPO atau *Service Point Oriflame*, serta berbagai orang yang bergelut di dalam bisnis Oriflame Sweden di kabupaten Jember.
- 2) Aktivitas yang terkait dengan jual beli yang diterapkan oleh setiap member di Kabupaten Jember.

##### b. *Interview*/wawancara

Metode wawancara yang digunakan dalam bentuk “*semi structured*”. Dalam hal ini pewawancara menanyakan sejumlah pertanyaan yang sudah berstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan menggali keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban

yang diperoleh meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam. Adapun metode wawancara/ interview ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

- 1) Untuk mendeskripsikan bisnis Oriflame Sweden
- 2) Untuk menjelaskan praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember
- 3) Untuk menjelaskan praktik bisnis Oriflame Sweden dalam pandangan hadis

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk memaparkan beberapa bukti dan menguatkan argumentasi dari kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam bisnis Oriflame Sweden.

#### 5. Analisis data

Menurut Bogdan dan Biklenanalisa data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, kemudian memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, memastikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting, dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>13</sup>

Adapun analisa data kualitatif dilakukan melalui beberapa jalur, sebagai berikut:

<sup>13</sup> Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2016), 248.

a. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi berarti merangkum memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.<sup>14</sup>

b. *Data display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah yang selanjutnya adalah menyajikan data, dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah teks yang bersifat naratif. Kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.<sup>15</sup>

c. *Conclusion Drawing/verivication* (Penarikan kesimpulan)

Langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.<sup>16</sup>

6. Keabsahan data

Data yang telah berhasil dikumpulkan dan dicatat, dalam kegiatan penelitian harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Oleh karena itu, seorang peneliti harus pandai memilih alat atau cara yang kuat dan tepat untuk mengembangkan tingkat keabsahan data yang diperolehnya.

---

<sup>14</sup> Sugiono, Metode, 247.

<sup>15</sup> Sugiono, Metode, 249.

<sup>16</sup> Sugiono, Metode, 252.



Teknik triangulasi dengan sumber digunakan oleh peneliti. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan metode kualitatif.

Hal tersebut dapat dicapai dengan jalan, diantaranya:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

IAIN JEMBER

## 7. Tahapan-Tahapan Penelitian

Dalam hal ini peneliti menulis laporan penelitian, dengan rencana penyusunan laporan penelitian yang telah tertera dalam sistematika penulisan laporan.

Tahapan-tahapan penelitian ialah sebagai berikut:

- a. Tahapan pra-lapangan
  - 1) Menyusun rencana penelitian (proposal)
  - 2) Memilih lapangan penelitian
  - 3) Mengurusi surat izin penelitian
  - 4) Menjajaki dan menilai lapangan
  - 5) Memilih dan memanfaatkan informan
  - 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian
- b. Tahap penelitian lapangan
  - 1) Melakukan kunjungan ke lokasi penelitian
  - 2) Mempersiapkan fisik dan mental
- c. Tahap akhir penelitian
  - 1) Analisis data

## G. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat diuraikan secara runtut dan terarah, maka sistem pembahasannya ialah sebagai berikut:

Bab Pertama merupakan bab yang mengemukakan dasar-dasar pemikiran yang menjadi latar belakang lahirnya penelitian ini. Bab ini berisikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta

manfaat penelitian. Peneliti juga mencantumkan kajian pustaka untuk menghindari pengulangan dalam penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan uraian metodologi penelitian yang merupakan persyaratan untuk memperoleh pengetahuan secara ilmiah serta langkah-langkah metodologis yang digunakan dalam penelitian ini dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab Kedua berisi tentang kajian teori sebagai dasar rujukan dalam proses penelitian hadits, seperti konsep pengertian praktik bisnis Oriflame Sweden di Jember persepektif hadis secara umum.

Bab Ketiga berisi seputar bisnis Oriflame Sweden yang di dalamnya mencangkup sejarah terbentuknya Oriflame Sweden, sistem dalam bisnis Oriflame Sweden seperti penjualan produk, perekrutan member, kenaikan level dan pemberian gaji, dan kualitas produk. Selain itu pula dipaparkan juga mengenai bagaimana praktik Oriflame Sweden di Jember.

Bab Keempat, dalam bab ini akan dijelaskan mengenai bisnis Oriflame Sweden dalam tinjauan hadis. Yang di dalamnya berisi mengenai takhrij hadis dan beberapa hadis pendukung yang selaras dengan tema dalam pembahasan dan dilanjutkan dengan telaah hadis.

Bab kelima, merupakan penutup berisi kesimpulan dalam menjawab pokok permasalahan, sedangkan saran-saran dapat menjadi semacam agenda pembahasan lebih lanjut mengenai bisnis Oriflame Sweden ini.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

Kajian pustaka dimaksudkan sebagai salah satu kebutuhan ilmiah untuk memberikan kejelasan informasi yang digunakan melalui studi pustaka yang relevan dengan tema terkait. Kajian pustaka ini meliputi dua aspek yakni penelitian terdahulu dan kajian teori.

#### A. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan, maka dalam hal ini sangat diperlukan adanya *mapping* penelitian. Dengan ini akan dicantumkan penelitian terdahulu yang sudah pernah diteliti terkait persoalan praktik bisnis Oriflame di Jember dalam pandangan hadis.

1. Skripsi ditulis oleh Sarah Mutiarani, 2017. Mahasiswi IAIN Surakarta program studi muamalat dengan skripsinya yang berjudul “Bisnis *Multi Level Marketing* Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam”. Dalam skripsi ini penulis mengutarakan mengenai bisnis *multi level marketing* Oriflame dianalisis dengan tinjauan hukum Islam. Skripsi ini berkesimpulan bila bisnis sistem *multi level marketing* Oriflame ini hukumnya mubah (boleh sampai ada dalil yang melarangnya. Karena tidak mengandung unsur riba penipuan yang bisa merugikan anggotanya. Persamaan skripsi ini dengan skripsi yang sedang peneliti teliti adalah sama dalam objek yang dikaji yakni bisnis sistem *multi level marketing* Oriflame. Dan perbedaan dengan skripsi peneliti adalah dari segi

tinjauannya yakni bila skripsi ini mengambil tinjauan hukum Islam berbeda dengan peneliti yang memakai tinjauan dari Hadis (Sunnah).

2. Skripsi ditulis oleh Rahmatus Zahroniah, 2015. Mahasiswi IAIN Jember program studi muamalah dengan skripsinya yang berjudul “Praktik Jual Beli dengan Sistem *Multi Marketing Level* di K-Link Jember dalam Perspektif Hukum Islam”. Dalam penelitian ini penulis menekankan pada pemahaman hukum Islam tentang bisnis K-Link yang menggunakan sistem *multi level marketing*. Dalam skripsi ini berkesimpulan jika praktik jual beli di K-Link Jember dengan menggunakan sistem *multi level marketing* ini berpegang teguh kepada aturan Syari’ah dan al-Qur’an, sunnah dan didetailkan oleh fatwa para ulama’. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti teliti adalah sama-sama dalam tinjauan sistem yang dipakai dalam bisnis tersebut, yakni sistem *multi level marketing*. Sedangkan perbedaannya adalah berbeda dalam objek yang dikaji dan asal hukum yang dipakai. Jika dalam penelitian ini objek yang dituju adalah PT. K-Link Jember perspektif yang dipakai adalah perspektif hukum Islam, berbeda dengan penelitian yang peneliti teliti yakni objek kajian yang dituju adalah bisnis Oriflame Sweden di Jember dan perspektif yang peneliti ambil adalah perspektif hadis (sunnah).
3. Skripsi ditulis oleh Yolanda, 2012. Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru jurusan ekonomi Islam dengan skripsinya yang berjudul Kontribusi *Multi level marketing* terhadap

Peningkatan Perekonomian Anggota menurut Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus pada PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru). Dalam penelitian ini penulis membeberkan mengenai sistem *multi level marketing* dari PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru. Dan peneliti lebih menekankan kepada kontribusinya terhadap perekonomian Islam. Pada akhir penelitiannya penulis berkesimpulan bahwa sistem *multi level marketing* yang dipakai oleh PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru ini sangat berkontribusi dalam perekonomian Islam hal itu dapat dirasakan dengan penghasilan yang meningkat. Dan untuk bisnisnya penulis berkesimpulan bila bisnis ini merupakan salah satu bentuk usaha yang memang dibenarkan dalam Islam. Karena memperoleh penghasilan dengan bekerja dan dengan keterampilan yang dimiliki. Persamaan dengan penelitian yang sedang ditulis oleh peneliti adalah sama dalam objek yang dituju yakni PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru dan sama dalam penelitian sistem yang akan dibahas oleh peneliti. Sedangkan perbedaannya adalah terlihat dari segi tinjauannya. Jika dalam penelitian oleh Yolanda ini memakai tinjauan perekonomian Islam, hal itu berbeda dengan penelitian milik penulis memakai tinjauan persepektif hadis.

4. Tesis yang ditulis oleh Rizky Maesaa. 2014. Mahasiswa jurusan hukum bisnis Universitas Islam Indonesia. Dengan judul tesis *Multi level marketing (MLM)* dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha. Dalam tesis ini membahas praktik MLM yang ada di Indonesia telah melanggar prinsip-prinsip persaingan usaha tidak sehat dengan melihat indikator-

indikator yang terdapat dalam pasal-pasal yang ada di Undang-undang no.5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Persamaan dengan skripsi yang diteliti oleh peneliti adalah sama dalam sistem objek penelitian yakni sistem MLM. Dan perbedaannya adalah beda dalam mengambil sudut pandang yakni persepektif hukum persaingan usaha dan yang akan peneliti teliti adalah perspektif hadis.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Bisnis**

#### **a. Pengertian bisnis**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha komersil di dunia perdagangan dan bidang usaha. Dalam artian yang luas, bisnis diartikan sebagai semua aktifitas produksi perdagangan barang dan jasa. Bisnis merupakan sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dibidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen. Istilah bisnis umumnya ditekankan pada tiga hal yaitu usaha perorangan misalnya industri rumah tangga, usaha perusahaan besar seperti PT, CV, maupun badan hukum koperasi, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.<sup>17</sup>

Griffin dan Ebert (1996), menerangkan bahwa bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan

---

<sup>17</sup> Idri, *Hadis ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2015), 325

untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan atau yang biasa disebut dengan laba adalah hal yang diperoleh dari selisih antara penerimaan bisnis dan biaya-biaya yang dikeluarkan (modal). Bisnis dapat dikatakan sukses apabila mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan perusahaan memperoleh keuntungan dari transaksi tersebut.<sup>18</sup>

Pendapat lain dikemukakan oleh Huat, T Chwee, et. Al (1990) mendefinisikan bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat kita. Setiap tindakan yang diambil dalam bisnis berakibat pada suatu sistem sosial yang besar. Sistem bisnis berhubungan dengan sistem politik, sistem ekonomi dan sistem hukum.<sup>19</sup>

#### **b. Aspek-aspek dalam bisnis**

Suatu kegiatan dapat dikatakan menjadi bisnis apabila memenuhi beberapa aspek sebagai berikut:

- 1) Kegiatan individu dan kelompok. Kegiatan bisnis dapat dilakukan oleh individu (usaha perseorangan) dapat pula dilakukan kelompok (perusahaan). Masing-masing individu dan kelompok bekerja bersama-sama dalam rangka mencapai satu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Orang-orang yang terlibat dalam organisasi bisnis menyertakan harta dan modal lainnya sebagai tanda penyertaan bergabung dalam bisnis tersebut.

---

<sup>18</sup> Amirullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 2

<sup>19</sup> Amirullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*, 3



- 2) Penciptaan nilai. Bisnis didirikan atau dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penciptakan empat macam kegunaan, yaitu kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*), kegunaan waktu (*time utility*), dan kegunaan kepemilikan (*possession utility*).
- 3) Penciptaan barang dan jasa. Perusahaan dapat memilih antara menciptakan barang atau menciptakan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam penciptaannya, baik barang maupun jasa memiliki proses produksi yang berbeda-beda.
- 4) Keuntungan melalui transaksi. Setiap perusahaan didirikan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Salah satunya adalah memperoleh keuntungan. Keuntungan akan diperoleh apabila perusahaan dapat menjual hasil produksinya dan masyarakat dapat membeli dengan harga yang disepakati (transaksi).<sup>20</sup>

### c. Jenis-jenis bisnis

Berdasarkan jenis kegiatannya, dibagi menjadi 4 macam:

#### 1) Bisnis Agraris

Bisnis agraris adalah kegiatan atau aktivitas bisnis yang dilakukan dibidang pertanian, berkebunan, peternakan, perikanan, dan lain sebagainya. Misalnya seperti, ikan, sapi, kambing, dan sebagainya.

---

<sup>20</sup> Amirullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*, 3

## 2) Bisnis Ekstratif

Bisnis ini adalah bisnis yang dilakukan dibidang pertambangan, yaitu dengan cara menggali atau mengeruk bahan-bahan tambang yang dimiliki oleh bumi. Seperti batu bara, besi, emas, intan, tembaga, gas bumi, minyak dan lain sebagainya.

## 3) Bisnis Industri

Bisnis ini adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dibidang industri. Seperti garment, tekstil, rokok, kertas dan lain-lain.

## 4) Bisnis jasa

Bisnis ini merupakan bisnis yang bergerak dibidang jasa yang menghasilkan atau menciptakan suatu produk yang tidak tampak dan tidak berbentuk. Seperti, pariwisata, jasa asuransi, pendidikan, kesehatan, kecantikan, dan lain sebagainya.

### **d. Prinsip bisnis yang berbasis Islami**

Adapun beberapa prinsip bisnis yang berbasis Islami ialah:

#### 1) Dalam berbisnis tidak mengandung unsur kezaliman.

Kezaliman adalah tindakan yang melampaui batas. Seperti mengambil untung yang berlebihan ataupun *riba*.

#### 2) Barang yang dijual halal

Islam tidak menghalalkan segala bentuk bisnis yang menjual barang haram di dalamnya.

### 3) Tidak ada penipuan

Penipuan merupakan salah satu dari tanda-tanda dari orang munafik. Menipu kapanpun dan di manapun sangatlah berbahaya apalagi jika diterapkan dalam berbisnis.

### 4) Mengedepankan *ta'awun* (tolong menolong)

Tolong menolong adalah kewajiban setiap muslim. Sudah semestinya sikap seperti ini dipraktikkan dalam berbisnis.

### 5) Mengedepankan etika kenyamanan antara pengusaha dengan karyawan, antara lain seperti:

- a) Keputusan perekrutan, promosi dan lain-lain bagi pekerja.
- b) Upah yang adil
- c) Penghargaan terhadap keyakinan pekerja
- d) Akuntabilitas
- e) Hak pribadi
- f) Kebajikan<sup>21</sup>

## 2. Hadis

### a. Definisi

Menurut sayyid Muhammad bin Alawi Al Maliki hadis secara bahasa merupakan kebalikan dari kata *Al-Qadim* yang berarti “yang lama” sedangkan secara istilah ialah segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW baik berupa perkataan, perbuatan atau ketetapan Nabi atau yang disandarkan kepada sahabat dan

<sup>21</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 137-140

*tabi'in*.<sup>22</sup> Ulama hadis ada yang mendefinisikan hadis sebagai segala sesuatu yang diberitakan dari Nabi SAW, baik berupa sabda, perbuatan, *taqrir*, sifat-sifat maupun *hal ihwal* Nabi.<sup>23</sup> Dan seluruh umat Islam telah sepakat bahwa hadis merupakan salah satu sumber ajaran Islam. Ia menempati kedudukan setelah Al-Quran. Keharusan mengikuti hadis bagi umat Islam, baik berupa perintah maupun larangan sama halnya dengan kewajiban mengikuti Al-Quran. Al-Quran dan hadis merupakan sumber syariat yang saling terkait. Seorang muslim tidak mungkin bisa memahami syariat kecuali dengan merujuk kepada keduanya sekaligus dan seorang mujtahid tidak mungkin mengabaikan salah satunya.<sup>24</sup>

#### **b. Pembagian hadis**

1) Pembagian hadis berdasarkan kuantitas *rawi* dibagi menjadi dua macam yakni, hadis *mutawatir* dan hadis *ahad*.

##### a) Hadis *mutawatir*

Hadis *mutawatir* merupakan hadis yang diriwayatkan oleh banyak orang pada tahap tataran (*thabaqah*) dengan jumlah *perawi* yang banyak sehingga akal menyatakan mustahil mereka sepakat untuk berbohong.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Muhammad bin Alawi Al Maliki Al Hasani, *Al-Qawaid Al-Asasiyahfi Ilm Musthalah Al-Hadits*, (Malang; Hai'ah al-Sofwah, Th), 10

<sup>23</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*, (Bandung :Pustaka Setia, 2008), 15

<sup>24</sup> Husniati Rofiah, *Studi Ilmu Hadits*, (Yogyakarta: STAIN PO Press, 2010), 20

<sup>25</sup> Zeid B Smeer, *Pengantar Studi Hadits Praktis*, (Malang : Malang Press, 2008), 39

b) Hadis *ahad*

Hadis *ahad* adalah hadis yang jumlah *rawinya* tidak sampai pada tingkatan *mutawatir*, tidak memenuhi syarat *mutawatir*, dan tidak pula sampai pada derajat *mutawatir*. Menurut ulama lain, hadis *ahad* merupakan hadis yang sanadnya sah dan bersambung hingga sampai pada sumbernya (Nabi), yang kandungannya memberi pengertian *zhannî* atau tidak sampai pada *qath'î*.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri hadis *ahad* yaitu:

- (1) Jumlah perawinya tidak mencapai derajat mutawâtir
- (2) Kandungan makna hadis bersifat zhanni.
- (3) Tidak “ harus” diyakini untuk segera diamalkan.
- (4) Sangat memungkinkan adanya perawi yang cacat.<sup>26</sup>

Dan macam-macam hadis *ahad* ada tiga:

- (1) *Masyhur*,
- (2) *'Azîz*
- (3) *Gharib*

<sup>26</sup> Mustafa Hasan, *Ilmu Hadits*, (Bandung: CV Pustaka setia,2012), 202

2) Pembagian hadis menurut kualitas *rawi* dibagi menjadi tiga, yakni:

a) Hadis *Shahih*

(1) Pengertian Hadis *shahih*

Pengertian bahasa, *al-shahih* lawan kata dari *al-saqim* yang berarti: sehat lawan kata dari sakit. Kedua lafadz tersebut hakikatnya adalah untuk anggota badan dan majaz untuk mensifati suatu hadis. Sedang menurut ahli hadis yang dimaksud dengan hadis *shahih* adalah hadis yang sanadnya bersambung, dikutip dari orang-orang yang adil lagi cermat dari orang yang sama, sampai kepada Rasulullah Saw, atau sahabat, atau *tabi'in*, bukan termasuk hadis yang *syadz* (kontroversi), dan terkena *ilat* yang menyebabkan cacat dalam penerimaannya.<sup>27</sup>

(2) Syarat-syarat hadis *shahih*

Ada beberapa syarat hadis tersebut dapat dikatakan *shahih*, syarat tersebut adalah:

(a) *Rawinya* bersifat '*adil*'. Menurut Syuhudi Ismail ada beberapa kriteria *rawi* tersebut dapat dikatakan '*adil*', antara lain:

- 1) Beragama Islam
- 2) Berstatus Mukallaf (*Al-Mukallaf*)

<sup>27</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*,. 141.

3) Melaksanakan ketentuan agama (tidak fasiq)

4) Memelihara *murū'ah* (berperilaku baik)

(b) *Rawinya* bersifat *dhabith*. *Dhabit* adalah *rawi* tersebut dapat menguasai hadisnya dengan baik, baik dengan hafalan yang kuat (*dhabith al-sadr*) atau kitabnya (*dhabithal kitab*), lalu ia mampu mengungkapkan kembali ketika meriwayatkannya.

(c) Sanadnya bersambung artinya masing masing perawi betul-betul pernah memahami hadis secara langsung dari perawi di atasnya. Keadaan tersebut berlangsung demikian sampai pada akhir sanad.

(d) *Tidak ber illat*. Hadis tersebut terbebas dari sifat-sifat samar yang membuatnya cacat.

(e) *Tidak syadz*. Hadis tersebut tidak menunjukkan kejanggalan atau adanya perlawanan antara suatu hadis yang diriwayatkan oleh *rawi* yang *maqbul* atau *rawi* yang lebih *rajih*.<sup>28</sup>

### (3) Klasifikasi hadis *shahih*

Hadis *shahih* terbagi menjadi dua, yaitu *shahih li dzatihi* dan *shahih li ghairihi*

<sup>28</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*, 142-144

(a) *Shahih li dzatihi* adalah hadis yang memenuhi syarat-syaratnya secara maksimal seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

(b) *Shahih li ghairihi* adalah hadis yang *shahihnya* tidak memenuhi syarat-syaratnya secara maksimal. Misalnya, *rawinya* yang tidak adil tidak sempurna ke-*dhabit-an* nya (kapasitas intelektualnya rendah). Dan bila jenis ini dikukuhkan oleh jalur lain semisal, ia menjadi *shahih li ghairihi*. Dengan demikian *shahih li ghairihi* adalah hadis yang keshahihannya disebabkan oleh faktor lain karena tidak memenuhi syarat-syarat maksimal. Misalnya hadis *hasan* yang diriwayatkan melalui beberapa jalur, bisa naik derajatnya dari *hasan* ke derajat *shahih*.

## b) Hadis Hasan

### (1) Pengertian hadis hasan

Hadis *hasan* menurut Ibn Hajar adalah hadis yang *dinukil* dari orang yang adil, namun kurang dalam hafalannya, bersambung sanadnya, tidak cacat, dan tidak *illat*. Terdapat pula definisi lain dari buku milik Dr. Nuruddin 'Itr yang mana dalam bukunya beliau mendefinisikan hadis *hasan* adalah hadis yang bersambung sanadnya, diriwayatkan oleh *rawi* yang adil,



rendah kekuatan hafalannya, tidak rancu dan tidak cacat.<sup>29</sup>

## (2) Hukum periwayatan hadis hasan

Hadis *hasan* nilainya sama dengan hadis *shahih* yakni sama-sama dapat dipakai sebagai hujjah, walaupun kekuatannya berada di bawah hadis *shahih*. Oleh karena itu seluruh ulama' ahli fiqh memakainya sebagai hujjah dan mengamalkannya, demikian juga sebagian ulama' ahli hadis dan ushul fiqh. Dan sebagian juga golongan garis keras yang menolak. Sebagian ulama' seperti Ibn Hibban, al-Hakim dan Ibn Khuzaimah terlalu gegabah memasukan hadis *hasan* ke dalam kategori hadis *shahih*, walaupun diakui bahwa hadis *hasan* rendah nilainya daripada hadis *shahih*.<sup>30</sup>

## (3) Klasifikasi hadis hasan

Sama seperti hadis *shahih*, hadis *hasan* juga terbagi menjadi dua :

(a) *Hasan li dzatihi*. Yakni hadis yang memang sudah ada dalam tingkatan *hasan*. Syarat untuk hadis *hasan* sebagaimana hadis *shahih* , kecuali perawinya hanya termasuk kelompok keempat (*shaduq*) atau istilah lain setaraf atau sama dengan syarat tersebut.

<sup>29</sup> Nuruddin 'Itr, *Ulumul Hadis*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012)., 266

<sup>30</sup> Mahmud Tahahhan, *Intisari Ulumul Hadis* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 73-75

(b) *Hasan li ghairihi*. Yakni hadis *dhaif* yang naik tingkatan *pada hasan* karena ada beberapa syarat yang terpenuhi.<sup>31</sup> Dengan catatan *dhaifnya* bukan karena *rawinya* pelupa, banyak salah dan *fasiq*, yang mempunyai *mutabi'* dan syahid. Namun hadis *dhaif* yang ke *dhaifannya* karena *rawinya* buruk hafalannya, tidak dikenal identitasnya, dan *mudallas* (menyembunyikan cacat) dapat naik derajatnya pada *hasan li ghairihi*. Karena dibantu oleh hadis-hadis lain yang semisal dan semakna atau karena banyak *rawi* yang meriwayatkannya.<sup>32</sup>

### c) Hadis *Dhaif*

#### (1) Pengertian hadis *dhaif*

*Dhaif* menurut bahasa adalah lemah. Sedangkan hadis *dhaif* secara istilah menurut *muhaditsin* adalah semua hadis yang tidak terkumpul padanya sifat-sifat bagi hadis yang diterima. Dan menurut *jumhur* ulama' hadis *dhaif* adalah hadis yang tidak terkumpul padanya sifat hadis *shahih* dan hadis *hasan*.

#### (2) Macam-macam hadis *dhaif*

(a) Adanya kecacatan pada *perawi*. Seperti: dusta, tertuduh dusta, fasik, banyak salah, lengah dalam

<sup>31</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*, 145-146

<sup>32</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*, 146-147

menghafal, menyalahi riwayat orang kepercayaan, banyaknya purbasangka, tidak diketahui identitasnya, penganut *bid'ah*, dan tidak baik hafalannya.

- (b) Ketidakbersambungan sanad sebab digugurkannya atau saling tidak bertemu satu sama lain.<sup>33</sup>

### 3. *Multi level marketing di Indonesia*

Di Indonesia penjualan langsung atau *direct selling* baik yang *single selling* maupun yang *multi level marketing* harus bergabung dalam satu asosiasi, yaitu APLI. APLI adalah singkatan dari Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia merupakan suatu organisasi yang merupakan wadah persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung (*direct selling*), termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang seperti *multi level marketing*. APLI telah menjadi Anggota Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN INDONESIA), dengan Nomor anggota 20203.18688-6/04-09-1995 dan diakui oleh Departemen Perdagangan. APLI juga merupakan bagian dan satu-satunya Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia yang telah diakui oleh Federasi Penjualan Langsung Internasional (*World Federation of Direct Selling Assosiation/ WFDSA*). Di setiap negara WFDSA hanya menerima satu asosiasi yang mendaftar pertama dan anggota-anggotanya memenuhi kode etik yang ditentukan oleh WFDSA. Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia ini merupakan

<sup>33</sup> Agus Solahuddin dan Agus Suyadi, *Ulumul Hadits*, 189

organisasi independen yang tidak berafiliasi dengan salah satu kegiatan politik praktis, selain kegiatan profesional dalam mewujudkan bidang penjualan langsung (*direct selling*), termasuk penjualan dengan sistem berjenjang atau *multi level marketing* yang murni dan benar.<sup>34</sup>

Di Indonesia, peraturan mengenai tentang *multi level marketing* dapat mengacu pada keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang atau yang dikenal dengan IUPB. Keputusan menteri ini merupakan hasil kerjasama antara Departemen Perindustrian dan Perdagangan dengan Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. Tujuan dari keputusan ini agar timbul perlindungan bagi konsumen dan perusahaan yang benar sehingga masyarakat tidak antipati terhadap perusahaan penjualan langsung. Dengan tujuan tersebut tidak heran apabila keputusan menteri hanya mengacu pada upaya menyeleksi perusahaan yang berhak memperoleh Ijin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB) yang saat ini telah dikenai dengan sebutan Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL). Merujuk kepada salah satu keputusan menteri tentang ketentuan kegiatan usaha langsung berjenjang, misalnya; Perusahaan Penjualan Berjenjang harus berbentuk badan hukum (Perseroan Terbatas) dan wajib memiliki Surat Ijin Usaha Penjualan

---

<sup>34</sup> “APLI”, <http://apli.or.id/>, diakses pada tanggal 27 April 2020

Langsung (SIUPL). Apabila tidak memiliki SIUPL, maka akan dikenai pidana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.<sup>35</sup>

Disamping itu agar konsumen tidak tertipu dan mendapatkan informasi yang benar mengenai *multi level marketing* maka dapat mengacu pada peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/MDAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung, BAB IV, pasal 13, yang juga tegas melarang beberapa kegiatan penawaran sebagai berikut:<sup>36</sup>

- a. Kegiatan yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang atau jasa secara tidak benar atau berbeda atau bertentangan dengan keadaan sebenarnya;
- b. Kegiatan yang menawarkan barang dan atau jasa dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan, baik secara fisik maupun psikis terhadap konsumen;
- c. Kegiatan yang menawarkan barang dan atau jasa dengan membuat atau mencantumkan klausa baku pada dokumen atau perjanjian yang tidak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dibidang perlindungan konsumen.
- d. Kegiatan menjual barang dan atau jasa yang tidak mempunyai tanda daftar dari instansi teknis yang berwanang, khususnya barang atau jasa yang wajib terdaftar menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku;

---

<sup>35</sup> "SIUPL" <http://www.apli.or.id/pages/siupl> diakses pada tanggal 27 April 2020

<sup>36</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008

- e. Kegiatan menarik dan atau mendapatkan keuntungan melalui iuran keanggotaan atau pendaftaran sebagai mitra usaha;
- f. Kegiatan yang menerima pendaftaran sebagai mitra usaha dengan nama yang sama lebih dari satu kali;
- g. Kegiatan yang mengharuskan memaksa mitra usaha untuk membeli barang dan atau jasa untuk dijual atau dipakai sendiri dalam jumlah besar yang melebihi kemampuannya dalam menjual atau membeli;
- h. Kegiatan usaha perdagangan yang terkait dengan perhimpunan dana masyarakat;
- i. Kegiatan dengan membentuk jaringan pemasaran terlarang dengan nama atau istilah apapun;
- j. Kegiatan usaha perdagangan di luar Surat Ijin Usaha Penjualan Langsung yang diberikan.

Sedangkan dalam pasal 9 keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 73/MPP/Kep/3/2000, terdapat larangan tegas bagi perusahaan penjualan berjenjang, yaitu:

- a. Menjual barang dan atau jasa secara tidak benar atau berbeda atau bertentangan dengan keadaan sebenarnya.
- b. Mencari dan atau mendapatkan keuntungan melalui uang pendaftaran keanggotaan dalam jumlah yang tidak rasional lebih dari satu kali

- c. Mengharuskan penjual untuk membeli barang dan atau jasa guna dipasarkan atau pemakaian sendiri dalam jumlah besar melebihi batas kemampuan penjual
- d. Melakukan perdagangan dikaitkan dengan penghimpunan dana masyarakat, pemberian imbalan, atau kompensasi yang tidak wajar
- e. Melakukan kegiatan usaha perdagangan di luar ijin yang diberikan

Dalam perkembangannya, banyak masyarakat yang bergabung dalam bisnis *multi level marketing*. Hal ini menunjukkan bila bisnis *multi level marketing* memiliki beberapa daya tarik bagi masyarakat dengan berbagai kelebihan diantaranya<sup>37</sup>:

- a. Keunggulan dari sisi kompensasi

Dalam hal ini, sistem kompensasi dalam usaha *multi level marketing* merupakan kompensasi bisnis yang paling menarik, sangat berbeda dengan sistem gaji pegawai yang bersifat linier dan naik secara berkala. Penghasilan dari bisnis ini bersifat eksponensial. Setiap jenjang memiliki sumber penghasilan yang boleh dikatakan tanpa batas, sesuai dengan prestasi distributornya, bisa berbentuk bonus atau komisi dan bentuk lainnya.

- b. Keunggulan dari sisi modal

Masalah yang sering muncul ketika memulai bisnis adalah modal. Akan tetapi apabila memulai bisnis *multi level marketing* tidak memerlukan modal besar. Bisnis ini hanya memerlukan jumlah

---

<sup>37</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Depok: QultumMedia, 2005), 36-38

uang yang relatif kecil karena modal utamanya bukanlah uang, melainkan jaringan yang dimiliki oleh para distributornya.

c. Keunggulan dari sisi waktu

Bisnis *multi level marketing* adalah bisnis dengan waktu fleksibel. Para distributor dapat melakukan penjualan pada waktu yang mereka tentukan sendiri sehingga dapat mengatur waktu lebih baik.

d. Keunggulan dari sisi pemasaran

Bisnis apapun jika memiliki jaringan pemasaran yang kuat maka akan memberikan keuntungan yang berlipat ganda, dan bisnis *multi level marketing* memiliki jaringan pemasaran tersebut, ditambah dengan adanya system pendukung (*support system*) yang mudah ditiru dan dijalankan oleh setiap orang yang bergabung sehingga memungkinkan bisnis ini akan terus berkembang.

e. Keunggulan dari sisi kelompok

*Multi level marketing* adalah bisnis yang mengorganisasikan banyak orang, menggabungkan masing-masing kekuatan dan saling mendukung untuk meraih kesuksesan bersama-sama.

f. Keunggulan dari sisi bisnis

Bisnis *multi level marketing* seperti membeli waralaba pribadi. Ketika seseorang membelinya, terdapat seperangkat sistem siap pakai yang dapat digunakan untuk memulainya. Sistem pendukung ini secara terintegrasi menjadi bagian dari bisnis



keseluruhan. Distributor yang konsisten menjalankan sistem ini, kemungkinan untuk sukses dalam beberapa tahun saja adalah suatu hal yang mustahil.

g. Keunggulan dari sisi pendidikan

*Multi level marketing* merupakan tempat baik untuk belajar keterampilan berbisnis. Hal ini menjadi bagian penting dari bisnis *multi level marketing*. Kelebihan dalam pendidikan bisnis ini, seharusnya melampaui kelebihan pada sistem kompensasi yang ditawarkan, untuk melatih sejauh mana keseriusan sebuah perusahaan *multi level marketing* dalam melatih dan mendidik calon distributornya.

Meskipun bisnis *multi level marketing* memiliki berbagai kelebihan *namun* sudah pasti bisnis ini tidak akan terlepas dari kekurangan-kekurangannya<sup>38</sup>, yaitu:

a. Masalah kejenuhan pasar

Kejenuhan pasar (*market saturation*) berkaitan dengan kondisi pasar dalam menghadapi suatu produk. Suatu pasar dikatakan jenuh jika terdapat terlalu banyak produk yang ditawarkan sehingga pasar tidak mampu menyerap produk tersebut. Dalam bisnis ini, apabila tidak ada batasan jumlah distributor pada suatu daerah maka sangat memungkinkan akan kelebihan distributor, dampak langsungnya adalah timbulnya persaingan yang tidak sehat

---

<sup>38</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah* (Depok: QultumMedia, 2005), 38-40

atau beberapa distributor akhir tidak mampu menjual produknya sehingga tidak mendapatkan *downline* baru.

b. Masalah keorganisasian

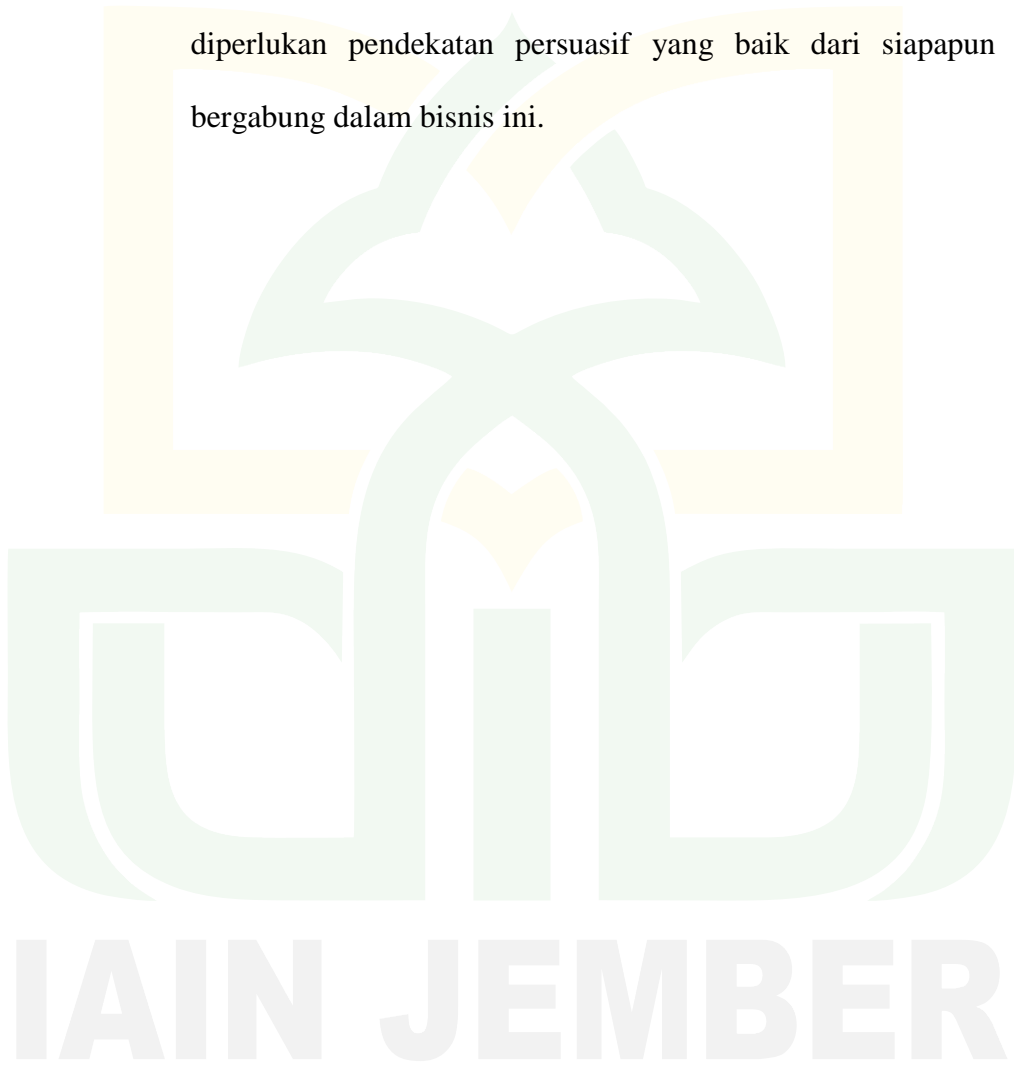
Pada dasarnya, semua struktur organisasi, baik yang konvensional maupun organisasi *multi level marketing*, mengadopsi varian-varian sistem piramida. Sedikit orang pada level atas dan memerlukan banyak orang pada level bawah salah satu bentuk piramida, begitu pula dengan bisnis *multi level marketing*. Hanya saja, struktur organisasi dengan jenjang yang tidak dibatasi memungkinkan terjadinya penumpukan pada level-level akhir. Untuk menghindarinya maka seseorang harus tertarik kepada produk yang ditawarkan sebelum mulai mempertimbangkan untuk bergabung dengan suatu bisnis *multi level marketing*.

c. Masalah mengkampanyekan materialisme

Dalam menarik konsumen untuk menjadi distributor, beberapa bisnis *multi level marketing* cenderung melakukannya dengan menjanjikan bonus yang besar (*luxurius*). Hal ini menunjukkan sedang mengkampanyekan materialisme. Kesuksesan selalu dikaitkan dengan kesuksesan secara materiil. Apabila terdapat bonus, akan lebih baik jika ditunjukkan kualitas produk, pelayanan atau program pelatihan yang diberikan.

d. Masalah hubungan

Seorang distributor *multi level marketing* akan selalu memandang hubungan sosial dengan orang lain sebagai prospek untuk membangun bisnis sehingga jika distributor tak pandai mengorganisasikan maka dapat merusak hubungan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan persuasif yang baik dari siapapun yang bergabung dalam bisnis ini.



## BAB III

### SEPUTAR BISNIS ORIFLAME SWEDEN

#### A. Sejarah Terbentuknya Oriflame Sweden

Oriflame Sweden merupakan perusahaan *multi level marketing* yang bergerak di bidang kosmetik. Dalam bidang kosmetik Oriflame Sweden memproduksi berbagai produk kosmetik untuk perawatan tubuh maupun kecantikan. Beberapa produk yang ditawarkan oleh Oriflame Sweden diantaranya adalah perawatan kulit, tata rias, wewangian dan perawatan untuk anak-anak.

Pada mulanya Oriflame Sweden didirikan pada tahun 1967 di sebuah kantor kecil di Stockholm Swedia. Atas inisiatif Robert af Jochnick dan Jonas af Jochnick yang merupakan dua orang bersaudara yang duduk berbincang bersama salah seorang teman mereka bernama Bengt Hellsten, mereka ingin membuat sebuah perusahaan berbeda yang menawarkan jenis produk yang berbeda. Kemudian mereka mendapatkan ide dengan memberi orang kesempatan untuk dapat mendapatkan manfaat produk dari alam Swedia. Dari percakapan itulah kemudian menjadi tanda perjalanan yang luar biasa yang menginspirasi hingga lebih 50 tahun kemudian.

Perusahaan Oriflame Sweden semakin meluas perkembangannya, dengan semakin canggihnya media elektronik dengan itu pula Oriflame Sweden untuk pertama kalinya meluncurkan situs web secara global yang bernama Oriflamesweden.com pada tahun 1997. Dan setelah itu Oriflame Sweden semakin mendunia dan berkiprah dilebih 60 negara.

Meskipun bisnis Oriflame Sweden merupakan bisnis yang menggunakan system *multi level marketing*, namun sistem ini tidak membuat seorang member akan mendapatkan *income*<sup>39</sup> pasif setiap tahunnya. Hal ini terjadi karena selalu ada perpanjangan aktif keanggotaan dengan memperbaharui status dari keanggotaannya. Ketika member tersebut non-aktif dalam bisnis maka statusnya akan non aktif dan ketika posisinya ada di level atas jika sttusnya non aktif maka member tersebut akan turun kembali ke level yang ada di bawahnya.

Di Indonesia sendiri Oriflame Sweden merupakan perusahaan *multi level marketing* dan digabungkan dengan *direct selling* (penjualan langsung) yang dapat mendapatkan keuntungan dari menjual produk dan juga dari menjalankan atau membesarkan jaringan. Sistem MLM Oriflame merupakan sistem lingkaran, dimana pembagian bonusnya adil dan melihat pada kerja keras anggotanya untuk menjual produk dan membangun jaringan di dalam grupnya. Tidak hanya menguntungkan satu pihak di atas saja namun jika *upline* tidak membangun jaringan dan bekerja keras maka si bawahan bisa mendapatkan bonus yang lebih besar daripada yang di atas.<sup>40</sup> Oriflame sudah bertahan cukup lama di Indonesia, yaitu sekitar dua puluh tahun sebelumnya. Oriflame Sweden memiliki visi menjadi #1 sebagai perusahaan penjualan langsung yang bergerak di bidang kecantikan. Dan misi mewujudkan impian. Oriflame Sweden mampu berkiprah di Indonesia dengan baik. hal – hal

---

<sup>39</sup> Pendapatan dari penjualan produk

<sup>40</sup> Hanindy Eka Pertiwi, *Skripsi Kode Etik Multi Level Marketing Sektor Kecantikan Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 32/M-DAG/PER/8/2008*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016), 4

tersebut diikuti dengan 3 dasar nilai – nilai Oriflame Sweden yakni, *Togetherness* (Kebersamaan), *Spirit* (Senangat), dan *Passion* (Gairah). Dengan nilai – nilai inilah Oriflame Sweden yakin dapat berhasil dalam bisnis yang kompetitif serta menjadikan dunia lebih baik.

Selain itu pula, hal yang mampu membuat Oriflame Sweden terus melambung adalah Oriflame Sweden memiliki cara untuk mengubah hidup. Dengan tiga cara yakni *Look Great* (Tampil Menarik), *Make Money* (Meghasilkan Uang), dan *Have Fun* (Bersenang – senang).

Dalam Oriflame Sweden ada 3 cara untuk menghasilkan uang:

1. Menghasilkan uang dengan membeli produk Oriflame Sweden lebih murah. Ketika telah menjadi seorang konsultan atau member<sup>41</sup> Oriflame Sweden maka seorang member tersebut memiliki keuntungan untuk dapat membeli produk Oriflame Sweden dengan lebih murah.
2. Menghasilkan uang dengan menunjukan katalog dan memperoleh keuntungan dari penjualan. Selain dapat membeli produk dengan harga murah, menjadi member Oriflame Sweden juga dapat melakukan penjualan yang tak terbatas, semakin banyak penjualan yang dilakukan maka akan semakin banyak pula keuntungan yang akan diperoleh.
3. Menghasilkan uang dengan mengundang orang dan membentuk tim untuk menghasilkan uang dengan bersama-sama. Dengan mengajak orang lain untuk bergabung dan berbisnis bersama semakin banyak tim yang

---

<sup>41</sup> Member adalah orang yang menjalankan bisnis. Ada beberapa bisnis pula yang menyebutnya distributor karena harga produk yang dibeli lebih murah daripada konsumen.

dibentuk maka semakin banyak pula keuntungannya. Hal ini sering disebut dengan rekrutmen member baru.

Di Oriflame Sweden selain dapat menggunakan produk tata rias bisa juga berbagi dengan keluarga dan teman-teman. Selain itu pula member akan mendapatkan berbagai hal berikut:

1. Memiliki pengalaman baru dengan bertemu orang-orang baru dan mempunyai banyak teman baru.
2. Akan dikenal akan sebuah pencapaian, setiap pencapaian yang diperoleh di Oriflame Sweden akan selalu dihargai dengan rekognisi
3. Menjadi pribadi yang tumbuh secara profesional melalui berbagai pertemuan, pelatihan dan seminar yang diadakan oleh Oriflame Sweden.
4. Mendapatkan hadiah keliling negara atau internasional ketika telah memenuhi target yang ditentukan.
5. Menghadiri berbagai acara kecantikan dan aktivitas menarik lainnya.
6. Membantu yang lainnya berkembang saat membangun tim
7. Memiliki waktu lebih banyak bersama keluarga.

Oriflame Sweden memiliki berbagai hal menarik yang membuat Oriflame Sweden tetap berkembang dan digemari di negara Indonesia, berbagai orang mulai mengikuti bisnis ini. Sampai saat ini.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> *Consultant Manual Oriflame*, 18

## B. Sistem Bisnis Oriflame Sweden Sweden

### 1. Sistem Penjualan Produk

Dalam sistem penjualan dan pemasaran produk Oriflame di era yang serba canggih ini memiliki beberapa cara dalam memasarkan produk antara lain:

#### a. Secara *offline*

Penjualan secara *offline* dilakukan dengan bantuan katalog, katalog Oriflame Sweden merupakan suatu sarana yang digunakan agar konsumen dapat melihat dan member Oriflame Sweden dapat menawarkan dengan penawaran yang berbeda-beda setiap bulannya.

Katalog Oriflame Sweden juga menampilkan penjelasan mengenai kandungan produk, kategori produk, harga produk dan informasi penawaran untuk konsumen.

#### b. Secara *online*

Secara *online* ini adalah memasarkan produk dengan memanfaatkan beberapa media sosial dalam mempromosikan dan mem-*branding*-kan produknya. Produk yang akan dipasarkan adalah berbentuk katalog *online*. Katalog *online* atau yang selanjutnya disebut dengan e-katalog ini dapat mudah didapatkan dari website oriflame: <http://id.oriflame.com>, yang dengan mudah dapat diunduh dan dibagikan. Katalog-katalog dalam bentuk *online* ini nantinya akan dipromosikan melalui berbagai media sosial, mulai dari Whatsapp, Instagram, Facebook, line dan lain sebagainya.



c. *Beauty Academy*

Selain penjualan dilakukan secara *offline* dan secara *online*, penjualan produk di Oriflame Sweden juga biasanya dilakukan dengan membuat acara *beauty academy*. *Beauty academy* ini adalah semacam sebuah demo atau penjajaan atau *training* kecantikan yang mana di dalamnya terdapat promosi-promosi seputar penggunaan dan manfaat dari produk-produk Oriflame Sweden. Selain *beauty academy* terdapat juga berbagai *academy* yang lain seputar Oriflame seperti *Wellbeing academy* (gaya hidup sehat) dan lain sebagainya.

Setiap member yang telah melakukan penjualan produk Oriflame Sweden maka member tersebut telah memiliki keuntungan sebanyak 23% dari harga produk dalam katalog. Selain keuntungan dari penjualan, Setiap member Oriflame yang telah melakukan penjualan pertama juga akan mendapatkan *Welcome Program*. *Welcome Program* adalah hadiah bagi para member yang telah memenuhi target penjualan. *Welcome Program* Oriflame ini ada pada 3 bulan pertama secara berturut-turut. Target untuk mendapatkan *Welcome Program* yakni perlu memenuhi 100 BP (*bonus point*). Dan 1 BP akan didapatkan apabila telah order produk oriflame seharga Rp. 8.000,-. Tiga *Welcome Program* tersebut dapat dilihat dari tabel berikut<sup>43</sup>:

---

<sup>43</sup> *Consultant Manual Oriflame*, 14

| <b>Welcome Program</b> | <b>Hadiah</b>                         | <b>Keterangan</b>  |
|------------------------|---------------------------------------|--|
| Step 1                 | Produk Oriflame senilai Rp. 149.000,- | Untuk mendapatkan <i>Welcome Program</i> step 1 perlu melakukan order sebanyak 100 BP sejak hari pertama gabung                                |
| Step 2                 | Produk Oriflame senilai Rp. 199.000,- | Untuk mendapatkan <i>Welcome Program</i> step 2 perlu melakukan order sebanyak 100 BP setelah meraih kualifikasi <i>Welcome Program</i> step 1 |
| Step 3                 | Produk Oriflame senilai Rp. 249.000,- | Untuk mendapatkan <i>Welcome Program</i> step 3 perlu melakukan order sebanyak 100 BP setelah meraih kualifikasi <i>Welcome Program</i> step 2 |

Tabel 3.1 Welcome Program Oriflame

## 2. Perekrutan Member

Rekrutmen adalah proses penarikan dan penempatan sejumlah calon tenaga kerja yang dinilai memenuhi persyaratan perusahaan untuk mengisi sejumlah posisi pekerjaan yang dibutuhkan.<sup>44</sup> Setiap perusahaan yang ingin terus berkembang maka kegiatan rekrutmen adalah kegiatan yang sangat penting dalam perusahaan tersebut.

Untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam mengembangkan bisnis *multi level marketing* langkah pertama setelah mendaftar menjadi distributor adalah mengajak dan merekrut orang lain sebanyak-banyaknya, agar mau menjadi *downlinenya*. Biaya normal pendaftaran menjadi member Oriflame Sweden adalah Rp. 49.000,-. Selain itu terkadang

<sup>44</sup> Muqtadirul Aziz, Skripsi Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis *Multi level marketing*. (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2011), 5

adapula di bulan-bulan tertentu terdapat diskon biaya pendaftaran mulai dari 50% hingga 75%. Seusai mendaftarkan diri sebagai member Oriflame Sweden setiap member memiliki kesempatan untuk mendapatkan beberapa hadiah bonus *welcome program* atau yang biasa di singkat dengan sebutan WP selama 3 bulan berturut-turut, ketika penjualan atau rekrutmen kita mencapai target yang telah ditentukan.

Supaya orang dapat bergabung dalam jaringannya maka seorang distributor harus mengajak atau merekrut orang lain yaitu sasaran awalnya keluarga sendiri, teman dekat, lalu melangkah kepada yang lebih luas lagi seperti tetangga, teman sekantor, teman sekolah, teman sepengajian, teman sepermainan dan semua orang yang telah lama kenal dengan distributor ataupun yang baru saja kenal. Dan kelebihan dari bisnis ini adalah waktu yang dilakukan sifatnya fleksibel (bisa dilakukan kapan saja) jadi seorang distributor tidak terikat dengan waktu khusus untuk melakukan bisnis tersebut.

Dalam melakukan rekrutmen ada beberapa proses dan mekanisme yang tidak bisa dilakukan dengan sembarangan, karena ada aturannya. Itu sebabnya sebelum mengajak seseorang agar ikut atau bergabung dalam bisnis Oriflame Sweden perlu adanya beberapa hal yang harus dilakukan diantaranya<sup>45</sup>:

---

<sup>45</sup> Observasi Camp Consultant di Jember, 15 Maret 2020

- a. Dimulai dari merubah *mindset* dari hal negatif menuju pada hal yang positif karena semua bisnis dimulai dari kecil, tapi dibesarkan dengan *mindset* dan cara kerja yang berbeda.
- b. Melakukan *branding* diri yang jelas, untuk dapat mengajak seseorang agar dapat ikut dan bergabung dalam bisnis Oriflame Sweden. Seorang member tersebut perlu melakukan *branding* diri dengan jelas, seperti mengenalkan diri sendiri dan mengenalkan bentuk bisnis tersebut.

Dalam pengenalan ini juga terdapat dua metode, yakni:

- 1) Pengenalan produk

Dalam pengenalan produk ini dimulai dari setelah seorang konsumen menggunakan produk tersebut kemudian dipresentasikan untuk bergabung menjalankan bisnis. Meskipun tidak aktif dalam kegiatan bisnis Oriflame Sweden setidaknya kita menggunakan dengan harga yang murah, dan jika aktif dalam kegiatan bisnis maka akan mendapatkan bonus sesuai dengan prestasi yang telah dicapai.

- 2) Pengenalan peluang bisnis

Pengenalan peluang bisnis dapat dilakukan dengan mempresentasikan dan menceritakan peluang mengerjakan bisnis Oriflame Sweden ini. Apabila mengerjakan bisnis ini dengan tekun maka akan ada kemungkinan akan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda, seperti gaji bulanan, keuntungan laba penjualan produk dan bonus hadiah setiap memenuhi target yang didapat.

c. Merekrut orang yang setujuan

Merekrut orang yang setujuan ini adalah sangat penting. Karena untuk mengerjakan bisnis bersama maka perlu pula adanya tujuan yang sama. Ketika perekrutan dilakukan kepada orang yang tidak memiliki tujuan, maka bisnis ini akan terhenti. Dalam pengaplikasian perekrutan juga perlu adanya penyesuaian dengan target yang akan dituju. Dalam bisnis ini target yang dituju berasal dari latarbelakang apapun, mulai dari ibu rumah tangga, mahasiswa, pekerja kantoran, maupun yang lainnya.

d. *Target* market yang jelas.

Target pemasaran dalam sebuah bisnis tentunya tidak boleh diabaikan. Dalam perjalanannya kegiatan merekrut perlulah kita tempatkan sebuah target pemasaran bisnis yang jelas. Seperti, ketika seorang yang akan merekrut merupakan seorang ibu rumah tangga, maka target market yang dituju merupakan seseorang yang ada disekitarnya yang memiliki kesibukan yang sama dengan ibu rumah tangga tersebut. Dan ketika seseorang yang akan merekrut merupakan seorang mahasiswa maka target market bisnis yang akan dituju adalah mahasiswa/pelajar, yang ingin berpenghasilan sambil kuliah atau sekolah, aktif media sosial, dan yang ingin sukses di usia muda, dan lain sebagainya menyesuaikan target market yang telah dikehendaki.

Setelah seorang tersebut, bergabung ke dalam bisnis Oriflame Sweden, seorang tersebut akan disebut sebagai *downline*, dan untuk

teknis mengenai penjelasan cara kerja dalam bisnis tersebut sepenuhnya akan diajari dan dibimbing oleh *upline* (seorang yang merekrut). Dan selanjutnya *downline* juga dapat merekrut orang lain juga untuk bergabung dalam bisnis Oriflame Sweden dan begitu seterusnya. Setiap level yang terbentuk dalam garis kemitraan akan mendapatkan hasil atau keuntungan dari penjualan orang-orang yang disponsori atau direkrutnya.

### 3. Kenaikan Level dan Pemberian Gaji

#### a. Kenaikan Level

Suatu bisnis yang menggunakan sistem *multi level marketing* di dalamnya pastilah ada tingkatan-tingkatan tertentu dalam setiap pencapaian yang telah diperoleh. Tingkatan-tingkatan tersebut sering disebut sebagai level. Dalam bisnis Oriflame Sweden terdapat beberapa tingkatan/level yang merupakan sebuah penghargaan dari Oriflame Sweden atas usaha pencapaiannya. Untuk memperoleh suatu level seorang member perlu memenuhi target penjualan setiap bulannya. Adapun beberapa tingkatan/level dalam bisnis Oriflame Sweden dapat diketahui sebagai berikut<sup>46</sup>:

#### 1) Consultant

Consultant merupakan sebutan bagi member Oriflame Sweden yang telah memiliki level 0% - 9% dengan penjelasan pencapaian poin akumulasi seperti tabel berikut:

---

<sup>46</sup> Consultant manual Oriflame, 22

| <b>Level</b> | <b>Bonus Point</b> |
|--------------|--------------------|
| 0%           | 0 - 199 BP         |
| 3%           | 200 – 599 BP       |
| 6%           | 600 – 1.199 BP     |
| 9%           | 1.200 – 2.399 BP   |

Tabel 3.2 Level Consultant Oriflame

BP merupakan singkatan dari Bonus *Point*, yang merupakan sebuah target yang harus dicapai oleh seorang member Oriflame Sweden. 1 BP jika melakukan order adalah senilai Rp. 8.000,-. Misalnya kita melakukan order produk seharga Rp. 64.000,- maka kita telah memenuhi target sebanyak 8 BP. Dan jika ingin naik level dari Consultant 0% menuju Consultant 3% maka kita perlu menjual produk seharga Rp. 1.600.000,- begitu pula seterusnya.

## 2) Manager dan Senior Manager

Manager adalah sebutan bagi member Oriflame Sweden yang telah memiliki level 12% - 18%. Dan sebutan Senior Manager akan didapatkan bagi member Oriflame Sweden yang telah mencapai level 21%. Dan penjelasan pencapaian point tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b> | <b>Bonus Point</b> |
|--------------|--------------------|
| 12%          | 2.400 – 3.999 BP   |
| 15%          | 4.000 – 6.599 BP   |
| 18%          | 6.600 – 9.999 BP   |
| 21%          | 10.000 BP ke atas  |

Tabel 3.3 Level Manager Oriflame

Syarat untuk dapat menjadi Senior Manager:

- a) Memiliki akumulasi BP (Bonus *Point*) grup pribadi minimal 10.000 BP

- b) Memiliki 1 buah *split out*<sup>47</sup> langsung dengan akumulasi BP grup pribadi minimal 10.000 BP dan memiliki 4.000 BP di luar *split out* langsung 10.000 BP tadi
- c) Memiliki 2 buah *split out* langsung dengan masing-masing akumulasi grup pribadi minimal 10.000 BP.

### 3) Director team

Director, seorang member Oriflame Sweden akan disebut sebagai director apabila memiliki level 21% sebagai senior manager sebanyak 6 kali dalam 12 bulan. Syarat menjadi senior director adalah memiliki 1 buah *split out* langsung dengan level 21% dan minimum 4.000 BP grup pribadi selama 12 kali dalam periode 12 bulan.

### 4) Gold Team

Ada tiga tingkatan dalam *Gold team*, tiga tingkatan tersebut adalah Gold Director, Senior Gold Director, dan Sapphire Director.

- a) Gold Director adalah member Oriflame Sweden yang memiliki 2 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan .
- b) Senior Gold Director adalah member Oriflame Sweden yang memiliki 3 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.

---

<sup>47</sup> *Split Out* merupakan satu kaki dalam satu jaringan Senior Manager dalam bisnis Oriflame Sweden



- c) Sapphire Gold Director adalah member Oriflame yang memiliki 4 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.

#### 5) Diamond Team

Dalam jenjang Diamond *team*, terdapat tiga jenjang/ level.

Adapun tiga jenjang dalam Diamond team adalah Diamond Director, Senior Diamond Director, dan Double Diamond Director dapat diperinci sebagai berikut:

- a) Diamond Director, seorang member Oriflame Sweden akan dikatakan sebagai Diamond Director apabila telah memiliki 6 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- b) Senior Diamond Director adalah member Oriflame Sweden yang telah memiliki 8 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- c) Double Diamond Director, seorang member Oriflame Sweden dapat dikatakan sebagai Double Diamond Director apabila telah memiliki 10 *split out* langsung dengan level 21% selama 6 bulan dalam periode 12 bulan.

#### 6) Executive Team

Executive *team* merupakan jenjang keenam dalam level Oriflame Sweden, dalam jenjang ini terdapat empat level, empat level tersebut adalah Executive Director, Gold Executive Director,

Sapphire Executive Director, dan Diamond Executive Director.

Dengan perincian sebagai berikut:

- a) Executive Director adalah sebutan bagi member Oriflame Sweden yang memiliki 12 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- b) Gold Executive Director merupakan member Oriflame Sweden yang telah memiliki 15 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- c) Sapphire Executive Director merupakan member Oriflame Sweden yang memiliki 18 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- d) Diamond Executive Director adalah sebutan bagi member Oriflame Sweden yang memiliki 21 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.

#### 7) President Team

Jenjang terakhir dalam bisnis Oriflame Sweden ini adalah jenjang *president team*, dalam jenjang ini terdapat lima level. Lima level dalam *President team* tersebut adalah President Director, Senior President Director, Gold President Director, Sapphire President Director dan yang terakhir adalah Diamond President Director, adapun perinciannya sebagai berikut:

- a) President Director, member Oriflame Sweden yang memiliki 24 buah *split out* langsung dengan level 21% selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- b) Senior President Director, merupakan member Oriflame Sweden yang memiliki 24 buah *split out* langsung dengan level 21% diantaranya 6 Diamond Director selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- c) Gold President Director adalah sebutan bagi member Oriflame Sweden yang memiliki 24 buah *split out* dengan level 21% diantaranya 12 Diamond Director selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- d) Sapphire President Director merupakan sebutan bagi member Oriflame Sweden yang memiliki 24 *split out* langsung dengan level 21% diantaranya 18 Diamond Director selama 6 kali dalam periode 12 bulan.
- e) Diamond President Director merupakan level tertinggi yang ada dalam bisnis Oriflame Sweden, dapat dikatakan sebagai Diamond President Director dengan memiliki 24 buah *split out* langsung dengan level 21% diantaranya 24 Diamond Director selama 6 kali dalam periode 12 bulan.

b. Pemberian Gaji

Gaji adalah pembayaran hasil kerja yang biasa diberikan di waktu yang tepat dan besaran yang sama. Gaji sendiri ternyata berbeda

dengan upah meskipun sebagian masyarakat mengatakan hal tersebut adalah sama. Menurut As'ad (1995: 93) mengatakan bila gaji sebenarnya sama dengan upah, hanya saja ada sedikit perbedaan yang membedakannya. Gaji adalah banyaknya uang yang diterima sudah pasti dan waktunya tepat. Sedangkan upah adalah banyaknya uang yang diterima tidak selalu sama dan waktunya pun tidak selalu tepat.

Di Oriflame Sweden, pembayaran gaji dan pemberian bonus ini dimaksudkan untuk memberi penghargaan kepada member Oriflame Sweden atas prestasi yang telah dicapai. Pembayaran gaji kepada membernya selalu tepat. Yakni tepat pada hari keempat di bulan berikutnya. Dan pemberian gaji pula tidak selalu sama, yakni sesuai dengan usaha yang telah dilakukan oleh masing-masing member di Oriflame Sweden. Ketika melakukan banyak penjualan dan banyak rekrutmen, maka semakin banyak pula gaji dan award (bonus) yang akan didapatkan. Gaji yang didapatkan sesuai dengan level yang telah dicapai. Ketika level tersebut naik, maka naik pula gaji yang akan diberikan oleh Oriflame Sweden.

Berikut ini adalah berbagai besaran gaji yang akan didapat oleh member Oriflame Sweden ketika sudah memenuhi target yang telah ditentukan<sup>48</sup>:

---

<sup>48</sup> Consultant Manual Oriflame, 26-27

## 1) Consultant

Gaji dari konsultan dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b> | <b>Pendapatan perbulan (Rp)</b> |
|--------------|---------------------------------|
| 0%           | 0                               |
| 3%           | 30.000 – 50.000                 |
| 6%           | 100.000 – 200.000               |
| 9%           | 300.000 – 500.000               |

Tabel 3.4 Bonus Consultant Oriflame

## 2) Manager dan Senior Manager

Gaji dari Manager dan Senior manager dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b> | <b>Pendapatan Perbulan (Rp)</b> |
|--------------|---------------------------------|
| 12%          | 650.000 – 900.000               |
| 15%          | 1.000.000 – 1.500.000           |
| 18%          | 2.000.000 – 3.000.000           |
| 21%          | 4.000.000 – 7.000.000           |

Tabel 3.5 Bonus Manager Oriflame

## 3) Director Team

Bonus gaji yang didapatkan oleh director team adalah sekitar Rp. 7.000.000- Rp. 10.000.000. hal itu bergantung seberapa besar usaha yang dilakukan oleh member tersebut dalam melakukan pemasaran produk dan perekrutan member baru.

## 4) Gold Team

Bonus gaji dari gold team dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b>           | <b>Pendapatan Perbulan (Rp)</b> |
|------------------------|---------------------------------|
| Gold Director          | 10.000.000                      |
| Senior Gold Director   | 15.000.000                      |
| Sapphire Gold Director | 20.000.000                      |

Tabel 3.6 Bonus Gold Oriflame

## 5) Diamond Team

Bonus gaji dari Diamond team dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b>            | <b>Pendapatan Perbulan (Rp)</b> |
|-------------------------|---------------------------------|
| Diamond Director        | 38.000.000                      |
| Senior Diamond Director | 50.000.000                      |
| Double Diamond Director | 60.000.000                      |

Tabel 3.7 Bonus Diamond Oriflame

## 6) Executive Team

Gaji dari Executive team dapat dilihat dari tabel berikut:

| <b>Level</b>                | <b>Pendapatan perbulan (Rp)</b> |
|-----------------------------|---------------------------------|
| Executive Director          | 88.000.000                      |
| Gold Executive Director     | 120.000.000                     |
| Sapphire Executive Director | 150.000.000                     |
| Diamond Executive Director  | 196.000.000                     |

Tabel 3.8 Bonus Executive Oriflame

## 7) President Team

Gaji dari President team dapat dilihat dari tabel berikut ini:

| <b>Level</b>                | <b>Pendapatan Perbulan (Rp)</b> |
|-----------------------------|---------------------------------|
| President Director          | 240.000.000                     |
| Senior President Director   | 300.000.000                     |
| Gold President Director     | 371.000.000                     |
| Sapphire President Director | 457.000.000                     |
| Diamond President Director  | 564.000.000                     |

Tabel 3.9 Bonus President Oriflame

Selain gaji, seorang member juga bisa mendapatkan berbagai bonus yang disediakan tiap bulannya, jika member tersebut memenuhi hasil target yang telah ditentukan untuk mendapatkan bonus bulanan. Bonus tersebut berbagai varian,

mulai dari kosmetik, aksesoris seperti tas, dompet, kalung, ada pula parfum juga *body care*. Untuk beberapa level juga memiliki berbagai hadiah jalan jalan keluar negeri, seperti Dubai, Bangkok, Paris, Stolkhom dan lain sebagainya.

*Sebenarnya* gaji yang didapatkan oleh member dalam setiap bulannya adalah sebuah bonus dari banyaknya penjualan yang telah dilakukan dalam satu bulan tertentu, karena penghasilan utama dalam bisnis Oriflame Sweden ini terletak pada banyaknya penjualan produk yang telah dilakukan oleh member tersebut.

#### 4. Keamanan dan Kualitas Produk

Setiap bisnis pasti memiliki beberapa produk yang akan dijadikan sebagai bahan pemasaran, seperti halnya pada bisnis Oriflame Sweden, bisnis ini menekankan untuk menjadikan seorang membeinya sebagai seorang sales atau penjual. Karena keuntungan utama dari member Oriflame Sweden adalah dari hasil penjualan. Untuk membuat penjualan Oriflame Sweden menjadi mudah di pasarkan maka produk-produk yang dihasilkan juga harus berkualitas. Produk dari Oriflame Sweden memiliki beberapa keunggulan yaitu seperti berikut :

- a. Berasal dari negara Swedia dan didukung oleh ilmu pengetahuan Swedia dengan pengalaman lebih dari 50 tahun
- b. Berkualitas tinggi, mudah diaplikasikan, dengan performa handal yang dikembangkan menggunakan ilmu pengetahuan mutakhir serta riset yang inovatif yang menghormati manusia dan alam

- c. Teknologi telah dipatenkan, dilengkapi dengan performa produk yang telah teruji klinis dan dikembangkan dengan menggunakan bahan-bahan alami
- d. Para ilmuwan dan ahli terdiri dari berbagai bidang keahlian
- e. Memiliki Pusat Penelitian dan Pengembangan yang canggih

Dari beberapa keunggulan produk Oriflame Sweden semua terdapat dalam produknya, Oriflame Sweden menyediakan berbagai produk yang dapat digunakan mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki. Semua itu hadir untuk memudahkan para memernya yang bekerja di bawah naungan Oriflame Sweden untuk mudah memasarkan produk Oriflame Sweden. Karena produk yang digunakan untuk sehari-hari biasanya adalah produk yang paling sering dicari. Beberapa jenis produk Oriflame Sweden dapat digolongkan menjadi 6 jenis berdasarkan kegunaannya 6 jenis produk-produk Oriflame Sweden adalah:

a. SKIN CARE

*Skincare* adalah merupakan produk perawatan wajah dari berbagai jenis dan *type* kulit. *Skin care* ini terdiri dari sabun pencuci muka (*Facial Wash*), pembersih (*Tonner*), krim siang dan malam, serta krim untuk mata

b. Ragam kosmetik

*Cosmetic* atau tata rias wajah yang dalam bahasa inggris disebut sebagai *Make-Up* merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengubah tampilan seseorang. Untuk menunjang kecantikan seorang



wanita, Oriflame Sweden hadir dengan berbagai produk mulai dari bedak, *foundation*, lipstik, riasan mata (*eye shadow*, *mascara*, *eye linner*, *eye brow*, *eye pencil*), perona pipi (*blush-on*, *countur*, *concealer*) dan banyak lainnya.

c. PERSONAL CARE

*Personal care* atau Produk perawatan tubuh dari rambut hingga kaki. Selain menghadirkan *skincare* dan kosmetik Oriflame Sweden juga memiliki berbagai produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan perawatan tubuh. Berbagai perawatan tubuh seperti sabun, *conditioner*, *hand and body cream*, pasta gigi, krim kaki. Dan lain sebagainya.

d. FRAGRANCE

*Fragrance* atau biasa disebut dengan wewangian. Wewangian yang dihadirkan oleh Oriflame Sweden sangatlah beragam mulai dari: *Body Cologne*, *Eau De Toilette (EDT)*, *Eau De Parfum (EDP)*, dan parfum.

e. WELLBEING

Welbeing ini adalah Minuman Nutrisi dan Madu untuk mempercantik tubuh dari dalam. Terdiri dari dua macam produk yakni Nutrishake dan madu. Nutrishake ini adalah minuman berprotein tinggi, kaya akan serat, dan mengandung protein dari telur, kacang polong juga susu, serta serat dari apel, bit dan rosehip. Dan madu di

Oriflame Sweden memiliki 2 jenis madu yaitu madu hitam hutan dan madu Odeng yang memiliki khasiyat masing masing.

f. ACCESSORIES

Selain memberikan beberapa produk mengenai perawatan tubuh, Oriflame Sweden menghadirkan Aksesoris. Aksesoris tersebut berbagai macam produk untuk mempercantik gaya dan penampilan. Aksesoris tersebut antara lain seperti tas, scraf, dompet, anting, gelang, kalung dan lain sebagainya.

Setiap produk yang akan diedarkan atau dipasarkan, maka produk tersebut perlu memiliki ijin yang legal. Di indonesia telah memiliki ijin Badan POM dalam pemasaran produk-produknya, setiap produk sudah dipastikan telah memiliki ijin Badan POM. Dari segi kualitasnya pun tidak perlu diragukan, sudah banyak produk Oriflame Sweden yang telah masuk didalam TOP BRAND. Seperti pada tahun 2019 beberapa produk Oriflame Sweden telah menduduki posisi di TOP BRAND 2019<sup>49</sup>, beberapa produk tersebut adalah

| BRAND                   | TBI*  | TOP |
|-------------------------|-------|-----|
| <i>Mascara</i>          | 10.8% | 4   |
| <i>Blush-on</i>         | 6.4%  | 5   |
| <i>Body Cream</i>       | 19.4% | 2   |
| <i>Sun Care</i>         | 18.4% | 2   |
| <i>Deodorant Wanita</i> | 1.2%  | 4   |
| <i>Lipgloss</i>         | 9.7%  | 2   |
| <i>Eyelinier</i>        | 6.8%  | 6   |
| Krim kaki               | 27.1% | 1   |

Tabel 3.10 Top Brand 2019

\*TBI = Top Brand Index

<sup>49</sup> "TOP BRAND" [http://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Oriflame](http://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Oriflame) diakses pada tanggal 29 Maret 2020

Indonesia merupakan negara yang mayoritas islam, jadi untuk pengguna produk pastilah akan mencari kehalalan dari produk Oriflame Sweden. Untuk kehalalannya, produk Oriflame Sweden telah memiliki sertifikat halal dari MUI, yang dapat dilihat dari gambar berikut:



**Gambar 3.1 Label Kehalalan Produk**

### C. Praktik Bisnis Oriflame Sweden di Jember

Pada praktiknya penjualan setiap produk Oriflame Sweden itu terdapat pada setiap membernya. Hanya saja setiap wilayah (*distrik*) Oriflame Sweden memberi sebuah tempat untuk produk tersebut disalurkan. Jadi barang yang telah dikirimkan oleh kantor Oriflame Sweden akan lebih cepat sampai dengan dikirimkan kepada suatu tempat yang dinamakan dengan SPO atau *Service Point Oriflame*. Setiap barang yang dikirimkan melalui SPO pengiriman lebih cepat sampai. Jadi kebanyakan member Oriflame Sweden di Jember lebih memilih menggunakan SPO dibandingkan langsung dikirim menuju rumah masing-masing. Di Jember terdapat beberapa SPO yang beroperasi diantaranya:

1. SPO Jember Andi Faisal/ Indah P 857

Alamat: Jalan Gunung Agung 3 Karimata Dreamland, 20 Kecamatan Sumbesari, Jember.

2. SPO Jember Ambulu Lutfiati Nurrohmah 62999

Dusun Curahrejo RT. 002 RW. 043 Sumberejo, Ambulu, Jember.

3. SPO Jember Anisa Sugesti 2404

Dusun Krajan Tengah RT. 001 Rw. 005 kelurahan Gumelar, Balung, Jember.

4. SPO Jember, Fitri Anniroh 1670

Jalan Tidar perum Puri Bunga Nirwana Cluster Kelapa Gading Blog G-33/ G-34 Karang Rejo, Jember.

5. SPO Jember Hardiyanto U Digwiyono 859

Komplek Ruko Java Square No. 4, Kelurahan Sumbesari, Jember

6. SPO Jember Setiyo Widyaastuti 1379

Perum Kaliurang cluster C2 Tegal Gede, Sumbesari, Jember.

Menurut penuturan Indah purnawati sebagai Director Oriflame Sweden beliau merupakan pembuka SPO yang pertama kali di Jember, SPO tersebut mulai beroperasi pada sekitar tahun 2012. Dan itu awal mulanya pendirian percobaan pertama kali SPO di Indonesia, dan kebetulan SPO wilayah Jember diamanatkan kepadanya oleh kantor cabang masing-masing daerah. Dan di SPO 857 milik indah Purnawati ini sampai saat ini terdapat beberapa member sekitar 20-25 member yang memilih SPO 857 untuk

menitipkan pengiriman produknya.<sup>50</sup> Beberapa lingkup bisnis SPO sebagai berikut:

1. Perekrutan
2. Pelatihan/ training untuk member baru
3. Pengolahan pesanan dan penerimaan barang
4. Menerima pendaftaran member baru
5. Mendistribusikan *started kid* (buku panduan pemula)
6. Mengajukan klaim

Dan setiap member yang memiliki SPO ini memiliki beberapa keistimewaan.

1. Barang yang telah dibayar lebih cepat datang dibanding pengiriman langsung ke rumah member masing-masing
2. Mendapatkan bonus fee dari setiap invoice member sekitar Rp. 3.000,-
3. Mendapatkan hadiah bonus lebih dulu
4. Mendapatkan produk baru lebih dulu, digunakan untuk tester dan promosi
5. Printing material 20 katalog bulan depan.

Jadi SPO ini bisa juga disebut sebagai cabang kantor dari kantor cabang di tiap daerah masing-masing. Dan adanya permulaan SPO hadir merupakan awal mulanya bisnis berjalan di tiap wilayah. Seperti SPO di Jember, yakni SPO 857 atau SPO yang didirikan oleh Indah dan suaminya Faisal pada awalnya merupakan amanat yang diberikan oleh Oriflame pusat untuk mengelolah penjualan yang terdapat di daerah Jember. Dari sinilah

---

<sup>50</sup> Indah Purnawati, wawancara, Jember, 23 April 2020,

mulai banyak peminat Oriflame. Hal itu terjadi karena Indah Purnawati sebagai Director Oriflame selalu memberi semangat kepada *downline* yang ada dibawahnya untuk terus melakukan penjualan produk. Meskipun kebanyakan masyarakat memandang jika produk yang ditawarkan oleh Oriflame terkenal mahal, namun sebenarnya hal itu sangat wajar. Karena produk yang diproduksi oleh Oriflame ini memiliki kualitas yang bagus dan isi kemasan yang lebih besar dibanding dengan produk yang dijual dipasaran. Produk Oriflame tidak akan dapat ditemukan selain pada member Oriflame. Hal itu yang menyebabkan peminat produk Oriflame sedikit kesulitan untuk mencari produk dari Oriflame. Selain peminat beberapa penjual produk Oriflame mengaku kesulitan untuk menjual dari produk Oriflame karena kebanyakan masyarakat masih belum mengenal produk dan bisnis dari Oriflame.

Dimulai dari tahun 2012 saat didirikannya SPO pertama di daerah Jember, banyak sekali member baru yang tertarik dengan bisnis ini. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya perkembangan jumlah dari SPO di wilayah Jember. bahkan pada tahun 2019 ini, Oriflame Jember mengadakan berbagai even *training* yang bertempat di daerah Jember. meskipun dalam perkembangannya selalu pasang surut, tidak semua member yang mendaftarkan diri untuk bergabung dengan bisnis Oriflame akan terus menjadi member Oriflame. hal tersebut bergantung niat dan tekad pada masing-masing individu. Kebanyakan dari member yang memilih berhenti adalah karena adanya kejenuhan pasar dari berbagai produk yang dipasarkan.

Pada praktiknya sistem penjualan dan bisnis Oriflame di Jember hampir sama dengan penjualan bisnis Oriflame di daerah lainnya. Member yang melakukan penjualan produk kebanyakan adalah menggunakan penjualan *online* dan *offline*. Dalam penjualan *online* dan *offline* biasanya dilakukan sistem pemesanan. Sistem pemesanan merupakan suatu sistem penjualan yang mana penjual menawarkan produk melalui gambar yang mana dalam gambar tersebut akan diberikan keterangan mengenai jenis-jenis dan bahan-bahan yang terdapat dalam produk tersebut. Gambar yang ditawarkan terkumpul dalam suatu katalog<sup>51</sup> yang dibuat dengan detail agar menarik konsumen. Katalog Oriflame juga selalu berubah tiap bulannya. Hal itu dikarenakan beberapa barang mengalami perbedaan harga dari normal menjadi promo, atau pun sebaliknya. Setelah konsumen membeli barang dengan sistem pemesanan maka si penjual meminta pembayaran produk yang telah dibeli. Setelah pembayaran selesai maka si penjual akan memproses pemesanan sesuai dengan kriteria yang dipilih oleh konsumen, dan dalam jangka beberapa hari produk yang telah dipesan akan tiba di tangan konsumen.

Selain itu terdapat beberapa acara dalam bisnis Oriflame ini. Acara-acara yang diselenggarakan tidak lain untuk meningkatkan penjualan dari produk Oriflame. Acara-acara tersebut antara lain Consultant camp, beauty funbiz party dan lain-lainnya. Acara ini biasa diisi dengan pelatihan untuk member baru, seperti pelatihan cara berjualan, pelatihan cara promosi, pelatihan cara merekrut, sampai pelatihan mengenakan *make up* pun dibahas

---

<sup>51</sup> Katalog adalah daftar barang yang dilengkapi dengan nama, harga, mutu dan cara pemesanan

dalam acara ini. Dalam acara-acara yang diadakan oleh Oriflame tidak hanya member yang dapat mengikuti acara, namun selain member pun diperbolehkan untuk mengikuti acara-acara yang diselenggarakan oleh Oriflame.

Padangan setiap masyarakat mengenai bisnis Oriflame Sweden ini tidaklah sama terdapat beberapa masyarakat yang menganggap bila adanya bisnis Oriflame ini membuka lowongan pekerjaan bagi setiap individu yang dirasa mampu untuk bekerja melakukan penjualan produk dari Oriflame. namun tidak sedikit pula masyarakat yang menganggap praktik bisnis model demikian adalah merugikan pihak yang ada di bawah, dan memberikan kesejahteraan pada pihak-pihak yang berada di atas. Namun meskipun banyaknya pandangan masyarakat baik itu positif maupun negatif. Oriflame selalu memberikan berbagai edukasi kepada masyarakat dengan memperkenalkan dirinya secara total hingga masyarakat memandang dengan baik.

IAIN JEMBER



## BAB IV

### BISNIS ORIFLAME SWEDEN DALAM TINJAUAN HADIS

#### A. Penjualan yang Mengandung Penipuan (Gharar)

*Gharar* menurut bahasa adalah *al-khathr* (pertaruhan), sedang menurut Ibn Thaimiyah *gharar* adalah yang tidak jelas hasilnya (*majhul 'aqibaih*). Sementara As-Sa'di menjelaskan, bahwa *gharar* adalah *al-mukhatharah* (pertaruhan) dan *al-jahalah* (ketidakjelasan). Tegasnya jual beli *gharar* adalah semua jual beli yang mengandung ketidakjelasan; pertaruhan atau perjudian.

Dalam islam jual beli *gharar* terlarang, dalam sebuah hadis yang diriwayatkan Abu Hurairah disebutkan:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

Ibnu Taimiyyah menjelaskan, dasar pelarangan jual beli *gharar* ini adalah larangan Allah dalam Al-Qur'an, yaitu (larangan) memakan harta orang *dengan bathil* (QS. An-Nisaa' [4]: 29). Begitu pula dengan Nabi SAW Beliau melarang jual beli *gharar* ini. Ibnu Taimiyyah menyatakan, semua jual beli *gharar*, seperti menjual burung di udara, unta, dan budak yang kabur, buah-buahan sebelum tampak buahnya, dan jual beli *al-hashaah*, seluruhnya termasuk perjudian yang diharamkan Allah di dalam Al-Qur'an.

أَخْبَرَنِي عَبْدُ اللَّهِ بْنُ دِينَارٍ، سَمِعْتُ ابْنَ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الثَّمَرَةِ حَتَّى يَبْدُوَ صَالِحُهَا، وَكَانَ إِذَا سُئِلَ عَنْ صَالِحِهَا قَالَ: حَتَّى تَذْهَبَ عَاهَتُهُ<sup>52</sup>

Artinya: “Telah mengabarkan kepada saya ‘Abdullah bin Dinar; Aku mendengar Ibnu ‘Umar r.a. berkata: Nabi SAW melarang menjual

<sup>52</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahih Bukhori*, (Damaskus: Dar Thoq an-Najah, 1422 H) juz2 , 127

kurma sampai tampak kebaikannya Beliau menjawab bila hama (suatu yang tampak sebagai risiko) sudah hilang.” (HR. Bukhari)

Ada tiga macam bentuk *gharar*, yaitu *gharar* yang dilarang, *gharar* yang dibolehkan, dan *gharar* yang diperselisihkan kebolehannya.<sup>53</sup>

### 1. *Gharar* yang Dilarang

Bentuk *gharar* yang dilarang terdiri dari tiga macam sebagaimana disebutkan Ibnu Taimiyyah di dalam *al-Fatawa al-Kubra*:

Adapun *gharar*, dibagi menjadi tiga: (pertama) jual beli yang tidak ada barangnya, seperti menjual anak binatang yang masih di dalam kandungan, dan susunya, (kedua): jual beli barang yang tidak bisa diserahterimakan, seperti budak yang lari dari tuannya, (ketiga): jual beli barang yang tidak diketahui hakikatnya sama sekali atau bisa diketahui tapi tidak jelas jenisnya atau kadarnya.”

Berdasarkan keterangan Ibn Taimiyyah di atas, penjelasan perintah dari tiga macam jual beli *gharar* yang dilarang sebagai berikut:

- a. *Gharar* karena barangnya belum ada (*al-ma'dum*). Contoh dari jual beli *al-ma'dum* adalah apa yang terdapat dalam hadis Ibn Umar RA bahwasanya beliau berkata:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، (نَهَى عَنْ بَيْعِ حَبْلِ الْحَبَلَةِ)<sup>54</sup>

Artinya: Dari Abdullah bin Umar ra, sesungguhnya Rasulullah SAW melarang menjual anak dari anak yang berada di dalam perut unta. (HR. Bukhari)

<sup>53</sup> Isnaini Haraphap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 180-182

<sup>54</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahih Bukhori*, (Damaskus: Dar Thoq an-Najah, 1422 H) juz 3, 70

- b. *Gharar* karena barangnya tidak bisa diserahkan terimakan (*al-ma'juz 'an taslimihi*). Seperti menjual budak yang kabur, burung di udara, ikan di laut, mobil yang dicuri, barang yang masih dalam pengiriman.
- c. *Gharar* karena ketidakjelasan (*al-jahalah*) pada barang, harga dan akad jual belinya. Contoh *gharar* karena ketidakjelasan ini adalah:

- 1) Jual beli *al-hashah*. Jual beli dengan cara melempar batu. Contoh jual beli *al-hashah* adalah ketika seorang ingin membeli tanah, maka penjual tanah mengatakan: “lemparlah kerikil ini, sejauh engkau melempar, maka itu adalah tanah milik mu dengan harga sekian.” Jual beli semacam ini mengandung ketidakjelasan pada barang yang akan dibeli, sebagaimana diriwayatkan Abu Hurairah bahwasanya ia berkata:

<sup>55</sup> نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

Artinya: “Rasulullah Saw melarang jual beli dengan cara melempar, dan jual beli yang mengandung penipuan.” (HR. Muslim)

- 2) Jual beli *al-munabazah*. Jual beli *al-munabazah* ini adalah seperti seorang penjual mengatakan kepada pembeli: “kalau saya lempar barang ini kepadamu, maka wajib untuk kamu beli.”
- 3) *Al-mulamasah* adalah penjualan seorang penjual yang mengatakan “apa saja yang kamu sentuh maka harus kamu beli.”  
Jual beli *al-mulamasah* hampir mirip dengan jual beli *al-mubanazah*, hanya saja yang membedakan adalah jika *al-*

<sup>55</sup> Muslim bin Al-Hajjaj Abu Al-Hasan Al-Qusyairy, *Musnad Shohih AL-Mukhtashar*, (Bairut: Dar Al-Ihya' AL-Tarats AL-Arabi) Juz 3, 1153

*mubanazah* menggunakan lemparan, lalu jika *al-mulamasah* menggunakan sentuhan. Kedua jual beli di atas dilarang sesuai dengan hadis yang diriwayatkan oleh Abu Sa'id al-Khudri RA:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ «نَهَى عَنِ الْمُنَابَذَةِ»، وَهِيَ طَرْحُ الرَّجُلِ ثَوْبَهُ بِالْبَيْعِ إِلَى الرَّجُلِ قَبْلَ أَنْ يُعْلَبَهُ، أَوْ يَنْظُرَ إِلَيْهِ «وَنَهَى عَنِ الْمَلَامَسَةِ»، وَالْمَلَامَسَةُ: لَمَسُ الثَّوْبِ لَا يَنْظُرُ إِلَيْهِ<sup>56</sup>

Artinya: “Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang *al-munabazah* (yakni seseorang yang melempar pakaian untuk dibeli, sebelum diterima pembeli atau pembeli memberi pendapat) dan *al-mulamasah* (*al-mulamasah* adalah membeli barang yang disentuh tanpa pendapat dari pembeli)”

- 4) Jual beli ijon atau buah-buahan yang belum nyata matangnya.

Seperti hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Umar menjelaskan:

حَدَّثَنَا أَنَسُ بْنُ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «أَنَّ نَهَى عَنِ بَيْعِ الثَّمَرَةِ حَتَّى يَبْدُ وَصَلَاحُهَا

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Anas bin Malik ra, dari Nabi SAW: “Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang jual beli buah pohon sampai tampak baiknya.” (HR. Bukhari)<sup>57</sup>

## 2. Gharar yang dibolehkan

Jual beli *gharar* yang dibolehkan ada empat macam: (pertama) jika barang tersebut sebagai pelengkap, atau (kedua) jika *ghararnya* sedikit, atau (ketiga) masyarakat memaklumi hal tersebut karena merupakan hal yang remeh, (keempat) mereka memang membutuhkan transaksi tersebut.

Imam Nawawi menjelaskan dalam Syarah Muslim:

<sup>56</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahih Bukhori*, (Damaskus: Dar Thoq an-Najah, 1422 H) juz 3, 70

<sup>57</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahih Bukhori*, (Damaskus: Dar Thoq an-Najah, 1422 H) juz 3, 77

“Kadang sebagian *gharar* diperbolehkan dalam transaksi jual beli, karena hal itu memang dibutuhkan (masyarakat), seperti seseorang yang tidak mengetahui tentang kualitas pondasi rumah (yang dibelinya), begitu juga tidak mengetahui kadar air susu pada kambing yang hamil. Hal-hal seperti itu dibolehkan dalam jual beli, karena pondasi (yang tidak tampak) diikutkan (hitungannya) pada kondisi rumah yang tampak, dan memang harus begitu. Karena pondasi tersebut tidak bisa dilihat. Begitu juga yang terdapat dalam kandungan kambing dan susunya.”

Beberapa contoh *gharar* lain yang diperbolehkan<sup>58</sup>:

- a. Menyewakan rumah selama sebulan. Ini diperbolehkan walaupun dalam satu bulan kadang ada 31, 30, 29 dan 28 hari.
- b. Membeli hewan yang sedang mengandung dengan adanya kemungkinan yang dikandung hanya seekor atau lebih, jantan atau betina, kalau lahir sempurna atau cacat.
- c. Masuk toilet Rp. 2000,- padahal tidak tau jumlah air yang digunakan.
- d. Naik kendaraan angkutan umum atau *busway* dengan membayar sejumlah uang yang sama, padahal masing masing penumpang tujuannya berbeda-beda.

Jual beli semacam ini diperbolehkan menurut kesepakatan ulama’.

Imam Nawawi berkata dalam Majmu’ Syarh Muhadzab:

“Menurut kesepakatan ulama’, semua yang disebutkan diatas diperbolehkan. Para ulama’ juga menukil *ijma’* tentang diperbolehkannya menjual barang-barang yang mengandung *gharar* yang sedikit”.

<sup>58</sup> Isnaini Haraphap, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 182

Ibn Qoyim di dalam *Zadu al-Ma'ad* juga mengatakan:

“Tidak semua *gharar* menjadi sebab pengharaman. *Gharar* apabila ringan (sedikit) atau tidak mungkin dipisahkan darinya, maka tidak menjadi penghalang keabsahan akad jual beli.”

### 3. *Gharar* yang masih diperselisihkan

*Gharar* yang masih diperselisihkan adalah *gharar* yang berada di tengah-tengah antara yang diharamkan dan yang diperbolehkan sehingga para ulama' berselisih pendapat di dalamnya. Hal ini dikarenakan perbedaan mereka dalam menentukan apakah *gharar* tersebut sedikit atau banyak, apakah dibutuhkan masyarakat atau tidak, apakah sebagai pelengkap atau barang inti. Contoh *gharar* dalam bentuk ketiga ini adalah menjual wortel, kacang tanah, bawang, kentang, dan yang sejenis yang masih berada didalam tanah. Sebagian ulama' tidak memperbolehkannya seperti Imam Syafi'i, tetapi sebagian yang lain memperbolehkannya seperti imam Malik, Ibn Thaimiyah, dan Ibn Qayim. Tidak bolehnya menjual barang yang mengandung unsur ketidakjelasan memiliki hikmah, yaitu menjaga harta orang lain dan menghindari perselisihan dan permusuhan yang muncul akibat adanya penipuan dan pertaruhan.<sup>59</sup>

Dalam kegiatan berbisnis perlu mengikuti fatwa dewan syariah nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009 mengenai penjualan langsung berjenjang syariah dengan beberapa ketentuan sebagai berikut:

- a. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.

<sup>59</sup> Isnaini Haraphap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 183

- b. Barang dan atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang haram atau dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiyat.
- d. Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja yang nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha PLBS.
- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika melakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
- h. Pemberian komisi atau bonus antara anggota (mitra usaha) tidak boleh menimbulkan *ighra'*
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota berikutnya;

- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan cara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, maksiyat dan lain-lain;
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrut tersebut;
- l. Tidak melakukan *money game*.

## **B. Pemberian Upah kepada Pekerja**

Upah merupakan harga yang dibayarkan kepada pekerja atas jasanya dalam produksi kekayaan, dalam bahasa Al-Qur'an disebut dengan *Ujrah*. *Ujrah* merupakan sesuatu yang diberikan dalam bentuk imbalan (*al-shawab*) pekerjaan dan diterima baik di dunia ataupun di akhirat. Upah yang diterima menjadi hak prerogatif Allah yang dalam konteks ini disebut dengan *ajrun*.<sup>60</sup>

Pengupahan bermakna membayar kompensasi atas apa yang memberi manfaat, entah itu karena suatu pekerjaan atau selainnya. Beberapa aspek yang berkaitan dengan pengupahan misalnya adalah akad. Akad pengupahan meliputi ijab dan qabul. Karena dengan ijab qabul terjadilah kontrak antara kontrak diantara kedua belah pihak. Ada beberapa syarat kedua pihak pembuat akad, disyaratkan hal-hal berikut:

---

<sup>60</sup> Isnaini Haraphap dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 80



### 1. Usia dewasa

Minimal berusia 15 tahun, karena tidak boleh mempekerjakan anak dibawah umur, dan tidak sah bertransaksi dengan mereka kecuali mendapat persetujuan dari wali mereka.

### 2. Berakal

Akad akan menjadi sah apabila dibuat oleh orang yang berakal, dan apabila dibuat oleh orang yang gila maka akan sebaliknya, akad itu tidak akan sah. Sebab orang yang gila tidak memiliki kesadaran dan daya pemahaman, karena akal merupakan unsur utama sahnya akad.

### 3. Kerelaan

Kerelaan dari kedua belah pihak-pekerja dan pemilik pekerjaan-merupakan syarat utama yang wajib dipenuhi setiap akad atau kesepakatan.

Upah adalah harga yang harus dibayarkan oleh pemilik pekerjaan/perusahaan kepada pekerjanya sebagai bayaran atas apa yang telah dikerjakan oleh seorang pekerja. Adakalanya dibayar dengan uang atau selainnya. Dalam pembayaran juga perlu diketahui kadar dan sifat pekerjaannya.<sup>61</sup>

Dalam proses penentuan upah ini berasal dari dua faktor yakni faktor objektif dan subjektif. Objektif adalah upah ditentukan melalui pertimbangan tingkat upah di pasar tenaga kerja. Sedangkan subjektif, upah ditentukan melalui pertimbangan-pertimbangan sosial. Maksud pertimbangan sosial ini

---

<sup>61</sup> Baqir Syarif, *Keringat Buruh*, (Jakarta: Al-Huda, 2007), 162

adalah nilai-nilai tenaga kerja. Selama ini ekonomi konvensional berpendapat, upah ditentukan melalui pertimbangan tingkat upah di pasar tenaga kerja. Namun ada sisi kemanusiaan yang harus diperhatikan pula. Misal, tata cara pembayaran upah. Rasulullah SAW, bersabda:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ قَالَ: حَدَّثَنَا وَهْبُ بْنُ سَعِيدِ بْنِ عَطِيَّةِ السُّلَمِيِّ قَالَ: حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ، قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ<sup>62</sup>

Artinya; Telah menceritakan kepada kami ‘Abbas bin Walid Ad-Dimasyqiy, mengatakan: diceritakan Wahbu bin Sa’id bin ‘Athiyah As-Sulamiy mengatakan: menceritakan kepada kita Abdurrahman bin Zaid bin Aslam dari Abdillah bin ‘Umar mengatakan: Rasulullah Saw mengatakan: Berikanlah upah kepada pekerja, sebelum kering keringatnya.

Dari hadis tersebut dapat disimpulkan. Islam sangat menghargai nilai-nilai kemanusiaan. Berbeda dengan konvensional yang hanya memandang manusia sebagai barang modal. Manusia tidak boleh diperlakukan demikian, disamakan seperti barang modal, misalnya mesin.

Penentuan upah selalu disertai dengan pertimbangan-pertimbangan kemanusiaan. Dengan pertimbangan dua aspek yakni, *market wage* dan kontribusi terhadap produktifitas serta aspek-aspek kemanusiaan, akan membentuk suatu tingkat upah yang islami.<sup>63</sup> Dalam hal lain, islam telah memiliki konsep atau kaidah dalam penentuan upah seperti dilarangnya penipuan, penghapusan kemudharatan dan sesuatu yang memudharatkan

<sup>62</sup> Ibn Majjah Abu Abdillah Muhammad bin Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibn Majjah*, (Dar Al-Ihya’ Al-Kitab Al-Arabiyah) Juz 2, 817

<sup>63</sup> M.B. Hendrie Anto, Pengantar Ekonomika Mikro Islam, (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), 228

dalam bidang apapun, dan lain sebagainya dengan kata lain islam telah menentukan pedoman penentuan upah. Diantaranya sebagai berikut:

1. Memperhatikan kemaslahatan kedua belah pihak, yaitu pekerja dan atasan. Kemaslahatan pekerja terjamin dengan menentukan upah yang adil dan layak. Sedangkan kemaslahatan atasan terjamin dengan kepastian untuk dapat menjalankan perusahaannya dengan lancar dan menadapatkan keuntungan.
2. Pekerja harus diposisikan sebagai *partner* (rekan kongsi) yang turut berperan dalam meningkatkan usaha dan produksi.
  - a. Tingkat upah minimum

Tingkat upah minimum merupakan tingkat upah paling rendah yang akan diterima, oleh pekerja, sebagai kompensasi terhadap pekerjaan yang telah atau akan dikerjakan. Dalam Islam tidak ditentukan berapa upah paling rendah, hal ini diserahkan kepada manusia sebagai *khalifatullah fil ard*, dengan mempertimbangkan terhadap kebutuhan pokok/dasar manusia pada waktu tersebut sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Taha ayat 118-119 yang berbunyi:

إِنَّ لَكَ أَلَّا تَجُوعَ فِيهَا وَلَا تَعْرَىٰ ﴿١١٨﴾ وَأَنَّكَ لَا تَظْمَأُ فِيهَا وَلَا تَصْحَىٰ ﴿١١٩﴾

Artinya: “Sesungguhnya kamu tidak akan kelaparan di dalamnya dan tidak akan telanjang, dan sesungguhnya kamu tidak akan merasa dahaga dan tidak (pula) akan ditimpa panas matahari di dalamnya.” (QS. Taha: 118-119)

b. Tingkat upah maksimum

Islam tidak membenarkan terjadinya tingkat upah minimum, namun islam juga tidak membenarkan adanya upah yang sewenang-wenangnya hingga melebihi dari kemampuan hingga melebihi dari kemampuan perusahaan. Oleh karena itu, dalam hal ini Islam juga menentukan tingkat upah maksimum.

Tingkat upah maksimum diperlukan untuk memberikan perlindungan kepada perusahaan agar tetap menjalankan kegiatan ekonominya. Selain itu agar tidak terjadi tuntutan kenaikan kenaikan upah yang sewenang-wenangnya, sehingga tidak sesuai dengan kemampuan perusahaan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Yasin ayat 54 yang berbunyi:

فَالْيَوْمَ لَا تُظْلَمُ نَفْسٌ شَيْئًا وَلَا يُجْرَوْنَ إِلَّا مَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: Maka pada hari itu seseorang tidak akan dirugikan sedikitpun dan kamu tidak dibalasi, kecuali apa yang telah kamu kerjakan. (QS. Yasin: 54)

c. Penentuan upah adil

Islam menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan secara menyeluruh. Dalam situasi pasar yang bersaing sempurna tingkat upah yang adil (*ujrah misl*) terjadi pada tingkat *market wage* (tafsir *fi'l a'mal*). Untuk itulah kebijakan tingkat upah yang adil adalah dengan memperhatikan tingkat upah pasar ini. Tetapi, ajaran islam yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan akan mendorong para pemberi kerja (*musta'jir*) untuk mempertimbangkan nilai-nilai

kemanusiaan ini dalam penentuan upah. Nilai kemanusiaan yang harus dijunjung tinggi ini meliputi nilai kerja sama dan tolong menolong, kasih sayang dan keinginan untuk menciptakan harmoni sosial. Tingkat *market wage* pada dasarnya bersifat objektif, sementara nilai kemanusiaan bersifat subjektif. Jadi tingkat upah yang Islami akan ditentukan berdasarkan faktor objektif dan subjektif ini.

Oleh karena itu, perusahaan memiliki kewajiban untuk membayar upah yang adil kepada pekerjanya. Sejumlah perusahaan mungkin mengambil keuntungan dari para pekerjanya dan membayar rendah kepada mereka karena tuntutan kebutuhan mereka untuk mendapat penghasilan. Islam menentang eksploitasi semacam ini. Jika upah terlalu rendah, para pekerja mungkin tidak termotivasi untuk bekerja secara maksimal bahkan untuk memenuhi kebutuhannya saja tidak mungkin. Namun sama halnya jika upah terlalu tinggi, perusahaan tidak mendapat keuntungan, bahkan bisa jadi tidak bisa menjalankan perusahaannya. Dalam Islam, upah harus direncanakan dengan cara yang adil dan baik bagi pekerja ataupun perusahaan.

### **C. Larangan jual beli dengan Barang Haram**

Dalam sistem jual beli apapun tidak dibenarkan untuk melakukan penjualan dengan benda-benda najis seperti anjing, babi, bangkai maupun berhala tetapi menurut riwayat lain dari Rasulullah SAW dinyatakan kecuali anjing yang digunakan untuk berburu.

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَاحِدِ يَعْنِي ابْنَ زِيَادٍ، عَنْ إِسْمَاعِيلَ بْنِ سَمِيعٍ، حَدَّثَنَا أَبُو رَزِينٍ، قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا هُرَيْرَةَ، يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (مَنْ اتَّخَذَ كَلْبًا، لَيْسَ بِكَلْبِ صَيْدٍ، وَلَا غَنَمٍ، نَقَصَ مِنْ عَمَلِهِ كُلَّ يَوْمٍ قِيرَاطٌ<sup>64</sup>)

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa’id, telah menceritakan kepada kami Abdul Wahid yakni Ibn Ziyad, dari Ismail bin Sumai’ telah menceritakan kepada kami Abu Rozin mengatakan: “aku telah mendengar Abu Hurairah berkata: “telah berkata Rasulullah SAW: “barang siapa yang memelihara anjing kecuali anjing untuk menjaga hewan ternak, kebun, maka akan dikurangi pahalanya setiap hari sebanyak satu qiradh.

Dari hadis di atas menjelaskan jika sangat tidak diperbolehkan untuk melakukan berbagai hal dengan hal –hal yang najis seperti anjing. Terutama dilakukan untuk benda yang diperjualbelikan. Seperti dalam suatu hadis dikatakan :

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ، قَالَ: حَدَّثَنَا اللَّيْثُ، عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي حَبِيبٍ، عَنْ عَطَاءِ بْنِ أَبِي رِيَّاحٍ، عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ، أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ يَقُولُ: إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ، وَالْمَيْتَةِ، وَالْحَنْزِيرِ، وَالْأَصْنَامِ، فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ، فَإِنَّهُ يُطْلَى بِهَا السُّفْنُ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ، وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ، قَالَ: لَا هُوَ حَرَامٌ، ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: قَاتِلِ اللَّهَ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ عَلَيْهِمُ الشُّحُومَ فَأَجْمَلُوهُ، ثُمَّ بَاعُوهُ، فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ<sup>65</sup>.

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Qutaibah, telah menceritakan kepada kami laits, dari Yazid bin Abi Habib, dari ‘Atha’ bin Abi Robbah, dari Jabir bin Abdillah, sesungguhnya telah mendengar Rasulullah SAW disaat penakhlukan kota Makkah bersabda: sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung. Kemudian ada yang bertanya: “ya Rasulullah, apa pendapatmu mengenai jual beli lemak bangkai? Maka

<sup>64</sup> Muslim bin Al-Hajjaj Abu Al-Hasan Al-Qusyairy, *Musnad Shohih AL-Mukhtashar*, (Bairut: Dar Al-Ihya’ AL-Tarats AL-Arabi) Juz 3, 1203

<sup>65</sup> Muhammad bin ‘Isa, *Jami’ al Kabir/ Sunan Ibn Majjah*, (Beirut: Dar Gurub al-Islami, 1998) Juz 2, 852.

sesungguhnya lemak bangkai dipakai untuk menambal perahu, meminyaki kulit, dan dijadikan minyak untuk penerangan? Nabi SAW: “tidak boleh, itu haram.” Kemudian Rasulullah SAW bersabda: “semoga Allah melaknat Yahudi. Sesungguhnya, ketika Allah mengharamkan lemak bangkai, mereka mencairkannya lalu menjual minyak dari lemak bangkai tersebut, kemudian memakan hasil penjualannya.

Dalam Islam terdapat kaidah umum bahwa seorang muslim tidak halal mengonsumsi makanan dan minuman yang mematkan, demikian pula makanan dan minuman yang membahayakan dan menyakiti. Dan selain itu beberapa makanan dan minuman yang apabila dikonsumsi akan menimbulkan penyakit juga dilarang.<sup>66</sup> Maka dalam kegiatan bisnis atau jual beli, barang yang diperjualbelikan hendaknya adalah barang yang suci dan halal. Allah senantiasa memerintahkan agar umat islam mengonsumsi, termasuk juga memproduksi, mendistribusi dan bertransaksi dengan barang-barang yang halal dan baik,<sup>67</sup> hal tersebut juga dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh nyata bagimu.<sup>68</sup>

Menurut Syafi'iyah disebutkan keharaman arak, bangkai, babi, dan anjing adalah karena najis. Adapun berhala diharamkan bukan karena najis melainkan karena tidak ada manfaatnya. Namun menurut syara' apabila batu

<sup>66</sup> Yusuf Qhardawi, *Halal Haram dalam Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), 113.

<sup>67</sup> Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 399

<sup>68</sup> Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), 32

berhala dipecah-pecahkan menjadi batu biasa maka boleh diperjualbelikan karena dapat digunakan untuk membuat suatu bangunan.

#### D. Telaah Hadis terhadap bisnis Oriflame Sweden

Dalam bisnis Oriflame Sweden ini terdapat hadis-hadis yang berkenaan menyangkut beberapa kegiatan berbisnis yang dilakukan dalam bisnis Oriflame Sweden. Karena setiap kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh manusia dalam bentuk apapun pasti memiliki dasar yang menjadi landasannya. Termasuk kegiatan muamalat. Dalam kegiatan muamalat ini para ulama' sudah memiliki dasar-dasar tertentu seperti Al-Qur'an, Hadis dan Ijtihad yang untuk menjadikan landasan atas kebolehan sesuatu apapun. Seperti halnya dalam kegiatan bisnis Oriflame Sweden. Dilihat dari kegiatannya, bisnis Oriflame ini termasuk dalam kegiatan muamalat. Bisnis Oriflame Sweden merupakan bisnis yang menggunakan sistem *multi level marketing* dalam pengoperasiannya. Yang mana dalam bisnis yang menggunakan sistem *multi level marketing* ini banyak beberapa dari ulama' yang memberi pendapat, salah satunya dengan hadis demikian:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحِصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ<sup>69</sup>

Artinya: “Rasulullah Saw melarang jual beli dengan cara melempar, dan jual beli yang mengandung penipuan.” (HR. Muslim)

<sup>69</sup> Riwayat hadis tersebut memiliki kesamaan dalam hadis yang diriwayatkan oleh imam Abu dawud, Imam Muhammad Hibban, dan Imam Ahmad. Adapun perbedaan riwayat tersebut dengan yang lainnya adalah sebagai berikut:

1. «أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ» زَادَ عَثْمَانُ وَالْحِصَاةَ.
2. ”نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ“.
3. أن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - نهى عن بيع العرر.



| No | Perawi                              | Guru                   | Murid                 | Pendapat Ulama' |
|----|-------------------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1. | Abu Hurairah <sup>70</sup>          | Rasulullah SAW         | Abdurahman bin Hurmaz | صحابية          |
| 2. | Abdurahman bin Hurmaz <sup>71</sup> | Abu Hurairah           | Abdullah bin Dakwan   | ثقة             |
| 3. | Abdullah bin Dakwan <sup>72</sup>   | Abdurrahman bin Hurmaz | Abdullah bin Amr      | ثقة             |
| 4. | Abdullah bin Amr <sup>73</sup>      | Abdullah bin Dakwan    | Yahya bin Said        | ثقة             |
| 5. | Yahya bin Sa'id <sup>74</sup>       | Abdullah bin Amr       | Ibn Abi Syaibah       | ثقة             |
| 6. | Ibn Abi Syaibah <sup>75</sup>       | Yahya bin Sa'id        | Muslim bin Al-Hajaj   | ثقة             |
| 7. | Muslim bin Al-Hajaj <sup>76</sup>   | Ibn Abi Syaibah        |                       | ثقة             |

Tabel 4.1 Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Imam Muslim

Berdasarkan dari penelitian di atas, hadis ini diriwayatkan oleh para perawi yang *'adil* dan *dhabith*, jalur periwayatan dari awal (Imam Muslim) hingga akhir (Nabi Muhammad SAW) bersambung, tidak ditemukan *syadz* (janggal) dan *illat* (cacat). Diriwayatkan pula oleh rijal imam Muslim. Maka kesimpulan dari peneliti derajat hadis ini adalah *shahih*.

Matan hadis ini tidak bertentangan dengan al-Qur'an, juga tidak bertentangan dengan hadis yang lebih kuat, dan tidak bertentangan dengan akal, indra dan sejarah, maka hadis ini dapat dikatakan sahih dalam segi matan.

Dari hadis di atas dikatakan bila Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara melempar dan *gharar*. Untuk memahami hadis perlu

<sup>70</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. (Beirut: Mu'assasah Ar-Risalah) juz 34, 366

<sup>71</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 9, 403

<sup>72</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 14, 476

<sup>73</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 19, 124

<sup>74</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 1, 483

<sup>75</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 2, 128

<sup>76</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 27, 499

memperhatikan konteksnya juga tidak hanya terpaku pada makna tektual yang menyebabkan makna hadis tidak menjadi representatif, tetapi juga perlu menemukan pengompromian atau penyelesaian hadis yang dinilai kontradiktif sehingga hadis dapat dipahami sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>77</sup>

Gharar menjadi dilarang karena terdapat beberapa aspek:

1. Tidak jelasnya penentuan barang yang ditransaksikan atau penentuan transaksi itu sendiri.
2. Tidak diketahui wujud barangnya atau sulit untuk mengetahuinya karena sulitnya menyerahkan barang.
3. Tidak dapat diketahui keutuhan barang.<sup>78</sup>

Dari sebagian macam jual beli, diantaranya terdapat jenis-jenis jual beli *gharar*, ada *gharar* yang dibicarakan oleh syara' dan ada pula *gharar* yang tidak dibicarakan oleh syara'. Untuk *gharar* yang dibicarakan oleh syara' telah tertuang dalam bab sebelumnya mengenai *gharar*. Dan ada pula *gharar* yang tidak dibicarakan oleh syara'.

Untuk kegiatan bisnis Oriflame Sweden merupakan perihal muamalat yang baru, yang tidak dibicarakan oleh syara'. Dalam hal penjualan bisnis Oriflame Sweden ini sangat jelas, penjualan dalam bisnis Oriflame Sweden termasuk jual beli dengan pesan atau *salam*. Karena dalam menjualkan suatu produk para member Oriflame Sweden menggunakan katalog untuk menjelaskan sifat dari produk yang dijualnya. Dan dalam katalog tersebut telah tertuang secara lengkap mengenai deskripsi, jenis, dan kandungan dari

<sup>77</sup> Isnaini Haraphap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 23

<sup>78</sup> Ibnu Rusydi, *Terjemah Bidayatul Mujtahid wa Nihayah*, (Bandung:Trigenda Karya, 1996), 330

produk yang dipromosikan. Jadi pembeli akan membeli barang yang sama seperti barang yang telah digambarkan dalam katalog tersebut. Dan selain itu pula penjualan dalam Oriflame telah memenuhi beberapa kriteria akad *salam*, yaitu membayar uang di awal secara kontan atau tunai, menjelaskan kriteria barang secara detail, pesanan yang berjangka waktu. Seperti hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Abbas:

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ بِالتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ، فَقَالَ: (مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ)<sup>79</sup>

Artinya: Dari Abbas RA berkata: “ketika Nabi SAW datang ke Madinah, penduduk kota Madinah telah terbiasa memesan kurma dengan waktu dua sampai tiga tahun, Maka Nabi SAW bersabda: “Barang siapa yang memesan kurma, maka hendaknya ia memesan dalam takaran dan tempo yang jelas.”

Mengenai penjualan pemesanan yang tidak menimbulkan *gharar* Abu Hanifah berhujah dengan hadis yang diriwayatkan dari Ibn Musayyab bahwa para sahabat Nabi pernah berkata:

“Kami senang kalau Usman bin Affan sedang melakukan transaksi jual beli bersama Abdurrahman bin Auf, sehingga kami mengetahui siapa diantara keduanya yang paling besar perniagaannya. Pernah Abdurrahman bin Auf membeli seekor kuda yang berada di tempat lain dari Utsman bin Affan dengan harga empat puluh ribu dirham atau empat ribu dinar.”

Penjualan dalam bisnis Oriflame Sweden adalah dengan menggunakan barang yang sifatnya riil, hanya saja saat seseorang akan membeli barang tersebut, barang tersebut tidak sedang ada di tangan penjual, barang tersebut ada di kantor. Penjualan jenis ini pula tidak melibatkan rantai penjualan yang

<sup>79</sup> Muhammad bin Ismail, *Shahih Bukhari*, (Dar al-Thuqhan al-Najah, 1422H) juz 3, 85

panjang, karena penjualan jenis ini adalah jenis penjualan langsung yang mana penjual barang atau member Oriflame ini dapat langsung mengambil barang dari kantor tanpa perlu melibatkan banyak tangan yang menyebabkan harga suatu barang tersebut menjadi mahal atau tidak seperti semestinya. Sudah pasti penjualan dengan sistem demikian menjadi lebih mudah dan membantu para konsumen agar tidak membeli barang dengan harga yang terlalu tinggi.

*Gharar* atau ketidakjelasan dalam jual beli, atau penipuan dalam Oriflame Sweden ini menurut Anisa Alfadini yang merupakan Senior Director Oriflame Sweden ini mengatakan:

“Bisnis Oriflame Sweden tidak mengandung unsur *gharar*/ penipuan/ maksiat, karena konsumen yang membeli produk, akan membayar kepada konsultan sesuai harga pada katalog bulan berjalan. Dan jika seseorang bergabung menjadi member hanya akan dikenai biaya pendaftaran Rp. 49.000,- dan akan mendapatkan buku Strarter Kit (buku panduan pemula) dan katalog saja, tidak akan mendapatkan produk karena sistem penjualan produk di Oriflame Sweden tidak bersifat memaksa.”<sup>80</sup>

Jika menurut Ika nur Azizah yang mana merupakan Manager 15% ketika ditanyakan mengenai *gharar* dalam bisnis Oriflame Sweden ini beliau mengatakan:

“Alhamdulillah dek tidak pernah menemukan hal *gharar* (penipuan) selama bekerja menjalankan bisnis Oriflame Sweden. Oriflame Sweden ini sistemnya jelas. Jadi tidak ada ceritanya yang gabung duluan yang punya gaji banyak. Jadi semua member mendapatkan kesempatan yang sama untuk sukses di Oriflame Sweden. Dan uang pendaftaran pun langsung masuk ke kantor Oriflame Sweden, bukan pada orang yang merekrut (*upline*).”<sup>81</sup>

<sup>80</sup> Anisa Alfadini, wawancara, Jember, 13 April 2020

<sup>81</sup> Ika Nur Azizah, wawancara, Jember, 13 April 2020

Menurut Rifa manager 12% juga berpendapat mengenai *gharar* dalam

Oriflame Sweden:

“Oriflame Sweden ini bisnis yang *real*, jadi keuntungan yang didapatkan itu adalah lebih kepada penjualan produk, bukan kepada perekrutan member. Dan *gharar* ini tidak pernah ditemukan, karena setiap perekrut (*upline*) ini memiliki kewajiban untuk membimbing setiap *downlinenya* untuk sama-sama sukses. Jikalau terdapat penipuan, mungkin dikarenakan pribadi masing-masing yang tidak membimbing dan mengarahkan *upline*. Dan perlu diketahui pula dalam Oriflame Sweden ini terdapat kode etik, yang mana itu sangat membantu untuk menghindari kecurangan setiap pribadi.”<sup>82</sup>

Setiap konsultan Oriflame Sweden wajib setiap saat mematuhi kode etik dan aturan perilaku dimaksud, Oriflame Sweden berhak memberikan sanksi disiplin dan atau menagguhkan dan atau mengakhiri setiap saat dan dengan berlaku efektif segera kepada para konsultan yang melanggar kode etik dan aturan yang diberlakukan oleh Oriflame Sweden.<sup>83</sup>

Rasulullah SAW mempersaksikan bahwa tiga orang yang akan menghadap Allah dalam keadaan merugi pada hari pembalasan, yaitu ia yang meninggal tanpa memenuhi kewajibannya terhadap Allah, ia yang menjual seseorang yang merdeka dan menikmati uang penjualannya, dan ia yang mempekerjakan seseorang menerima jasa pekerjaan darinya namun tidak membayar upahnya.<sup>84</sup> Seperti dalam hadis dari Abu Hurairah:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: " قَالَ اللَّهُ: ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصَمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ عَدَرَ، وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَرَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوَى مِنْهُ وَلَمْ يُعْطِ أَجْرَهُ"<sup>85</sup>

<sup>82</sup> Rifatul Uba, wawancara, Jember, 13 April 2020

<sup>83</sup> *Consultant Manual Oriflame*, 64

<sup>84</sup> Isnaini Haraphap dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 80

<sup>85</sup> Muhammad bin Ismail, *Sahih Bukhari*, (Dar al-Thuqoh al-Najah, 1422H), Juz 3, 83

Artinya: Dari Abu Hurairah Ra, dari Nabi SAW bersabda: “Allah Ta’ala berfirman: Ada tiga jenis orang yang Aku menjadi musuh mereka pada hari kiamat, seseorang yang bersumpah atas namaku lalu mengingkarinya, seseorang yang menjual orang yang telah merdeka lalu memakan (uang dari) harganya, dan seseorang yang mempekerjakan pekerja kemudian pekerja itu menyelesaikan pekerjaannya namun tidak dibayar upahnya.”

Hadis ini selain diriwayatkan oleh Imam Bukhari juga diriwayatkan oleh Imam Ahmad, dan Ibn Majah. Eksploitasi terhadap pekerja merupakan suatu perbuatan yang tercela di dalam Islam. Memberikan pekerjaan terhadap seorang pekerja namun kemudian tidak dibayar merupakan salah satu bentuk eksploitasi di mana pelakunya akan menjadi musuh Allah di hari Kiamat. Upah dengan demikian sangat penting dan memberikan dampak yang luas. Jika pekerja tidak menerima upah yang pantas, maka paritas daya belinya akan menurun sehingga mempengaruhi bukan hanya kehidupan pekerja, melainkan juga kehidupan keluarganya dan seluruh masyarakat. Turunnya paritas daya beli dalam jangka panjang akan merugikan perusahaan dan industri yang menyediakan barang-barang konsumsi. Disamping itu ketidakadilan kepada pekerja dengan tidak memberikan upah yang layak kepada mereka akan menimbulkan kekacauan dan rasa tidak senang sehingga memicu aksi pemogokan yang mengganggu jalannya perusahaan.

Untuk melakukan standar upah yang adil dan batasan-batasan yang menunjukkan eksploitasi terhadap pekerja, Islam mengajarkan untuk menetapkan upah yang adil yang tidak merugikan salah satu pihak terdapat dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertaubat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat dzalim (merugikan) dan tidak didzalimi (dirugikan)

Dalam hal ini perusahaan tidak dibenarkan mengeksploitasi pekerja dan pekerja juga tidak boleh mengeksploitasi perusahaannya. Secara teori dapat dikatakan bahwa upah yang adil adalah upah yang sepadan dengan pekerjaan yang dilakukannya. Tentu saja penerapan tersebut dengan mempertimbangkan situasi serta faktor-faktor yang berkaitan dengan nilai pekerjaan dan penetapan upah yang sesuai, tanpa perlakuan dzalim baik kepada pekerja ataupun kepada perusahaan.

Selain tidak mengeksploitasi upah pekerja, selain itu perusahaan juga harus memberikan upah secara tepat waktu. Hal itu telah diperintahkan oleh Rasulullah SAW agar para pemberi kerja atau perusahaan untuk memberikan upah bagi pekerja sebelum kering keringatnya.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ، قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ<sup>86</sup>

Artinya: “Dari Abdullah bin Umar ia berkata, Rasulullah SAW bersabda: ‘berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya’”.

<sup>86</sup> Riwayat hadis tersebut memiliki kesamaan dalam hadis yang diriwayatkan oleh imam Ahmad bin Husain dalam kitabnya Sunan Al-Kubro Al-Baihaqi dan Imam Qosim Abdul Malik bin Muhammad dalam kitabnya Amali Ibn Basyrani.

Adapun perbedaan riwayat tersebut dengan yang lainnya adalah sebagai berikut:

1. " أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ، وَأَعْلِمَهُ أَجْرَهُ وَهُوَ فِي عَمَلِهِ "
2. أَعْطُوا الْأَجِيرَ حَقَّهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ.

| No | Perawi                             | Guru                 | Murid                | Pendapat Ulama' |
|----|------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| 1. | Abdullah bin Umar <sup>87</sup>    | Rasulullah SAW       | Zaid bin Aslam       | صحابية          |
| 2. | Zaid bin Aslam <sup>88</sup>       | Abdullah bin Umar    | Abdurrahman bin Zaid | ثقة             |
| 3. | Abdurrahman bin Zaid <sup>89</sup> | Zaid bin Aslam       | Abdullah bin Amr     | ضعيف الحديث     |
| 4. | Abbas bin Walid <sup>90</sup>      | Abdurrahman bin Zaid | Ibn Majah            | صدوق حسن الحديث |
| 5. | Ibn Majah                          | Abbas bin Walid      |                      | حافظ            |

Tabel 4.2 Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Sunan Ibn Majah

Hadis dari jalur periwayatan ini adalah *dhaif*, karena meskipun sanadnya telah bersambung dari awal (Ibn Majah) hingga akhir (Nabi Muhammad SAW), namun terdapat beberapa perawi yang tidak berstatus *tsiqoh* bahkan *dhaif* yaitu Abdurrahman bin Zaid. Maka hadis ini dapat disimpulkan memiliki derajat *dhaif*.

Makna dari hadis di atas tidak bertentangan dengan al-Quran, tidak bertentangan dengan hadis lainnya dan juga tidak bertentangan dengan akal sehat (logika), juga tidak bertentangan dengan dengan sejarah dan mencerminkan bahasa kenabian. Maka dapat dikatakan *shahih* dari segi matan.

Dari hadis di atas Nabi SAW menyuruh umatnya untuk memberikan upah sebelum kering keringatnya mengandung dua hal penting yaitu:

<sup>87</sup> Ibnu Hajar Al-Asqolani, *Tahdzib At-Tahdzib*. (Matba'ah Da'iroh Al-Ma'arif An-Nidzom, 1326H), juz 5, 328

<sup>88</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. (Beirut: Mu'assasah Ar-Risalah) juz 10, 12

<sup>89</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 17, 114

<sup>90</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, juz 14, 252



1. Sebagai pekerja, seseorang dituntut harus menjadi pekerja keras, profesional, dan sungguh-sungguh. Hal ini diisyaratkan secara simbolis dengan perkataan Rasulullah SAW “pekerja yang mengandung keringat”
2. Upah diberikan tepat waktu sesuai dengan tingkat pekerjaan yang dilakukan. Seseorang tidak boleh dieksploitasi tenaganya sementara haknya tidak diberikan tepat waktu.<sup>91</sup>

Pekerja mempunyai hak-hak sebagaimana yang dimiliki oleh pemberi pekerjaan, sebagai konsekuensi sama-sama sebagai manusia. Majikan tidak boleh melakukan eksploitasi (menzalimi) pekerja, dan harus memberikan haknya sesegera mungkin sesuai dengan mekanisme yang telah menjadi kesepakatan bersama.

Pemberian upah di Oriflame Sweden dinilai adil oleh beberapa member yang berbisnis di bawah naungan Oriflame Sweden. Karena untuk menentukan besaran upah yang didapatkan oleh para membernya, adalah menggunakan perhitungan dari banyaknya hasil penjualan produk yang telah dipasarkan, bukan dari hasil banyaknya hasil rekrutmen member. Dan tidak setiap member yang gabung lebih awal bersama Oriflame Sweden akan mendapatkan lebih banyak upah. Namun standart pemberian upah dilihat dari seberapa banyak member tersebut melakukan penjualan produk. Selain itu pula, upah di dalam bisnis Oriflame Sweden ini dibayarkan di waktu yang sama setiap bulannya. Yakni pada hari keempat di bulan berikutnya. Pada waktu tersebut selalu tepat pemberian upah kepada member Oriflame Sweden.

---

<sup>91</sup> Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2015), 84

Dalam Oriflame Sweden pengupahan ini sangat adil, karena memang penghasilan utama dari Oriflame Sweden adalah dari penjualannya. Dan pengupahan yang ada dalam oriflame sangatlah adil, sesuai dengan seberapa besar penjualan yang telah dilakukan oleh seorang member tersebut. Jika penjualan yang dilakukan semakin besar maka semakin besar pula gaji yang akan didapat. Namun sebaliknya jika penjualan kecil maka gaji yang didapatkan juga kecil. Karena gaji yang didapat bergantung kepada penjualan bukan kepada rekrutmen.

Menurut Indah Direktur Oriflame Sweden mengatakan

“Oriflame Sweden sangat menghargai sekali kepada pekerjanya. Tidak peduli seberapa besar pendidikan yang ditempuh oleh seorang member yang diperhatikan di Oriflame Sweden adalah hasil usaha dari kerjanya.”<sup>92</sup>

Selain pemberian upah yang tepat waktu, pada bisnis yang berbasis penjualan produk. Tentu kualitas produk dinilai sangat penting untuk diperhatikan dalam pemasaran. Ketika menjualkan produk, Islam hanya memperbolehkan produk yang halal. Yang artinya, sesuatu yang dikonsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Dalam hal ini untuk mengonsumsi ataupun menggunakan suatu barang tidak diperbolehkan yang menimbulkan *kedzaliman*, harus berada dalam koridor aturan atau hukum Islam, serta menjunjung tinggi kepastian dan kebaikan. Dalam Islam terdapat berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dipergunakan dan yang tidak boleh dipergunakan. Yang boleh dipergunakan

---

<sup>92</sup> Indah Purnawati, wawancara, Jember, 23 April 2020

dan dikonsumsi adalah yang halal dan baik, Allah berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Yang dimaksud dengan halal adalah sesuatu yang tidak haram dan tidak pula membahayakan tubuh. Barang yang haram yang membahayakan tubuh dilarang oleh Islam, misalnya babi, bangkai serta khamr yang dinilai sebagai barang najis dan membahayakan. Rasulullah mengharamkan hal yang demikian, sebagaimana sabdanya:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ الْخَمْرَ وَثَمَنَهَا، وَحَرَّمَ الْمَيْتَةَ وَثَمَنَهَا، وَحَرَّمَ الْخِنْزِيرَ وَثَمَنَهُ)<sup>93</sup>

Artinya: Dari Abu Hurairah bahwasannya Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah mengharamkan khamar dan harganya, bangkai dan harganya, dan babi dan harganya.” (HR. Abu Dawud)

Maksud dari hadis di atas adalah Allah mengharamkan barang yang haram baik itu digunakan untuk konsumsi ataupun jual beli juga sama-sama dilarang. Hal tersebut dijelaskan kembali dalam sahih Imam Bukhari:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، يَقُولُ غَامَ  
الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ: إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولُهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ،<sup>94</sup>

<sup>93</sup> Abu Dawud Sulaiman bin al-Asy'ats, *Sunan Abi Dawud*, (Beirut: al-Maktabah al-'Ashriyah), juz 3, 279

Artinya: Dari Jabir bin Abdillah Ra sesungguhnya dia mendengar Rasulullah Saw bersabda pada tahun penaklukan kota mekkah. “Sesungguhnya Allah san Rasul-Nya mengharamkan Jual beli khamar

| No | Perawi                             | Guru                | Murid                | Pendapat Ulama' |
|----|------------------------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| 1. | Jabir bin Abdullah <sup>95</sup>   | Rasulullah SAW      | Atho' bin Abi Robah  | صحابية          |
| 2. | Atho' bin Abi Robah <sup>96</sup>  | Jabir bin Abdullah  | Yazid bin Qoyis      | ثقة             |
| 3. | Yazid bin Qoyis <sup>97</sup>      | Atho' bin Abi Robah | Al-Laits bin Sa'ad   | ثقة             |
| 4. | Al-Laits bin Sa'ad <sup>98</sup>   | Yazid bin Qoyis     | Qutaibah bin Sa'id   | ثقة             |
| 5. | Qutaibah bin Sa'id <sup>99</sup>   | Al-Laits bin Sa'ad  | Muhammad bin Isma'il | ثقة             |
| 6. | Muhammad bin Ismail <sup>100</sup> | Qutaibah bin Sa'id  |                      | الحافظ          |

Tabel 4.3 Penilaian ulama' pada perawi periwayatan Imam Bukhari

Hadis tersebut diriwayatkan oleh perawi yang *'adil* dan *dhabith*, sanadnya tersambung dari awal (Imam Bukhori) hingga akhir (Nabi Muhammad SAW, selain itu pula hadis ini tidak *syadz* (janggal) dan *illat* (cacat). Maka hadis di atas dapat dikatakan sebagai hadis yang derajatnya shahih.

<sup>94</sup> Riwayat hadis tersebut memiliki kesamaan dalam hadis yang diriwayatkan oleh imam Ibn Majah, dan Imam Ahmad.

Adapun perbedaan riwayat tersebut dengan yang lainnya adalah sebagai berikut:

1. «إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ، وَالْمَيْتَةِ، وَالْحَنْزِيرِ، وَالْأَصْنَامِ»، فَقِيلَ لَهُ عِنْدَ ذَلِكَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ؟ فَإِنَّهُ يُدْهَنُ بِهَا صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: فَاتَّلَ اللَّهُ بِهَا السُّغْنُ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ، وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ، قَالَ: «لَا، هُنَّ حَرَامٌ»، ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ عَلَيْهِمُ الشُّحُومَ فَأَجْمَلُوهُ، ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا مِمَّنَّه
2. " إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْحَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْحَنْزِيرِ " ، فَقِيلَ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ ؟ فَإِنَّهُ يُدْهَنُ بِهَا السُّغْنُ ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ ، وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ ؟ فَقَالَ : " لَا ، هِيَ حَرَامٌ " ، ثُمَّ قَالَ : " فَاتَّلَ اللَّهُ الْيَهُودَ ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ عَلَيْهِمُ الشُّحُومَ ، جَمَلُوهَا ، ثُمَّ بَاعُوهَا ، وَأَكَلُوا مِمَّنَّاهَا

<sup>95</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. (Beirut: Mu'assasah Ar-Risalah) juz 4, 443

<sup>96</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. Juz 20, 69

<sup>97</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. Juz 32, 102

<sup>98</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, Juz 24, 255

<sup>99</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, Juz 23, 253

<sup>100</sup> Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*, Juz 24, 430

Matan hadis tersebut tidak bertentangan dengan Al-Quran, juga tidak bertentangan dengan hadis yang lebih kuat, tidak bertentangan pula dengan akal, indra dan sejarah. Juga bahasanya mencerminkan bahasa Nabi. Maka hadis ini bisa dikatakan sebagai hadis yang *shahih* dalam segi matan.

Sebagai khalifah di muka bumi, manusia dituntut untuk memelihara dan menjalankan hukum Allah dan berusaha ada pemakaian segala dari sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Adil tersebut adalah ketika mengkonsumsi barang atau apapun tidak zalim dan tidak menzalimi.

Kehalalan dan kesucian suatu produk yang akan dipasarkan merupakan hal yang sangat penting dan selalu diperhatikan dalam jual beli. Produk-produk yang terdapat dalam bisnis Oriflame Sweden merupakan produk yang halal telah mendapatkan sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama' Indonesia) dan memiliki izin edar dari Badan POM. Hal itu terjadi karena produk-produk yang akan dipasarkan merupakan produk-produk yang memiliki bahan dasar tumbuh-tumbuhan bukan dari hewan, dan menjadi aman karena setiap produk yang akan diedarkan selalu diuji coba terlebih dahulu kepada manusia bukan kepada hewan. Selain itu harga yang ditawarkan oleh Oriflame Sweden dirasa sangat pas dengan kualitasnya yang telah menjadi produk yang beredar di lebih 60 negara di dunia.

Produk-produk yang dipasarkan oleh Oriflame Sweden tidak memasarkan produk yang terbuat dari barang hewani, semua yang digunakan dalam produk Oriflame Sweden adalah dari tumbuh-tumbuhan. Sehingga

tidak membuat perdebatan. Selain dibuat dari segala jenis tumbuh-tumbuhan, produk Oriflame Sweden juga diracik dari Negara Swedia yang dikenal superketat untuk memberikan ijin edar jika produk tersebut tidak benar baik untuk digunakan. Dan di Indonesia produk Oriflame Sweden yang dipasarkan telah memiliki ijin edar dari Badan POM sehingga aman dipergunakan, terlebih dengan adanya label halal dari MUI (Majelis Ulama' Indonesia) membuat produk tersebut tidak hanya baik untuk digunakan tapi juga halal dalam penggunaan dan untuk pemasaran jual belinya.

#### **E. Nilai-Nilai Spiritual Hadis dengan Bisnis Oriflame Sweden**

Bisnis merupakan urusan khas dari manusia. Sebagai urusan khas manusia, bisnis menjangkau semua orang tanpa terkecuali. Bisnis selalu berhubungan dengan apa yang bernilai dan berharga itu yang selalu ingin ditingkatkan kualitasnya tiada lain adalah hidup. Agar hidup semakin bermutu dan sejahtera, manusia tentu akan menggerakkan segala daya dan kemampuan yang dimiliki. Terkadang manusia harus mempergunakan berbagai taktik dan strategi untuk meningkatkan kualitas hidupnya, minimal untuk mempertahankan hidupnya.<sup>101</sup>

Sebagai makhluk yang memiliki pemikiran, naluri, kehendak dan kesadaran, maka perlu adanya sebuah dorongan yang bersumber dari dalam diri manusia untuk berbuat sesuai dengan standart etika umum, dan lebih dari

---

<sup>101</sup> Azari Akmal Tarigan, *Dari Etika Ke Spirituallitas* Bisnis, (Medan: Perdana Mulya Sarana, 2015), 5

itu perlu menumpukan akalnya untuk mengacu pada suara hatinya yang selalu memancarkan kebenaran dalam keputusan bisnis yang diridhai oleh Allah.<sup>102</sup>

### 1. Jujur

Perilaku jujur dipandang sebagai sikap etis baik dalam percaturan ekonomi ataupun kehidupan sosial pada umumnya. Karena kepercayaan merupakan hal yang prinsipal dalam perdagangan, sebab dengan itu akan tercapai keridhaan bersama.

Dilarangnya gharar (penipuan) yang terjadi di bisnis Oriflame ini membuat setiap anggotanya perlu bersikap jujur. Setiap anggota memiliki peraturan kode etik yang perlu dipatuhi oleh setiap anggota yang ingin menjadi bagian di dalamnya. Tidak hanya jujur di penjualan saja, mereka juga perlu jujur dalam level yang mereka tempati. Ketika ada yang melakukan suatu kecurangan demi mendapatkan keuntungan yang lebih maka Oriflame tidak segan-segan untuk mengeluarkan dari bagian bisnisnya. Hal itu menyebabkan nilai jujur selalu tertanam di tiap anggota bisnis Oriflame Sweden ini.

### 2. Tolong-menolong (*Ta'awun*)

Tolong menolong adalah kewajiban setiap muslim. Sudah semestinya sikap seperti ini dipraktikkan dalam berbisnis. Adanya level dalam bisnis ini menanamkan sifat ta'awun (tolong-menolong) sesama anggota, selain mencari kedudukan dalam level namun setiap *upline*<sup>103</sup>

<sup>102</sup> Azari Akmal Tarigan, *Dari Etika Ke Spirituallitas* Bisnis, 6

<sup>103</sup> Seseorang yang merekrut untuk dapat masuk dan bergabung dalam bisnis berjenjang

memiliki kewajiban untuk terus tetap membimbing *downline*<sup>104</sup>nya. Dalam hal ini biasanya seorang *upline* akan menolong *downlinenya* untuk menjalankan bisnis, baik dari segi pemasaran, penjualan, promosi, atau yang lain sebagainya.

### 3. Menghargai

Setiap orang pasti ingin untuk dihargai. Begitu pula bisnis Oriflame ini selalu memberi penghargaan kepada setiap anggotanya ketika telah menyelesaikan target yang dicapai. Seperti bonus yang didapatkan oleh setiap anggotanya yang telah sukses mencapai target, merupakan bentuk sikap menghargainya bisnis Oriflame kepada anggotanya yang telah bersungguh-sungguh mengerjakan penjualan produk.

### 4. Semangat

Berbisnis bukan hanya mencari kebahagiaan materi saja, namun berbisnis juga perlu untuk memberikan kebahagiaan kepada pembeli, dengan menjualkan produk-produk yang berkualitas dan manfaat yang banyak. Oriflame memberikan nilai semangat kepada setiap anggotanya untuk selalu berusaha dan memberikan kebaikan kepada pembeli. Dengan berbagai produk yang aman dan baik digunakan. selain itu menjualkan produk yang memiliki kebaikan didalamnya membuat setiap anggotanya tetap semangat untuk mencari keberkahan dari hasil penjualannya.

---

<sup>104</sup> Orang yang telah direkrut atau didaftarkan sebagai bawahan untuk bersama-sama melakukan bisnis berjenjang



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Pada bagian ini peneliti memaparkan kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah di atas., maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bisnis Oriflame Sweden merupakan bisnis dengan sistem *multi level marketing* yang bergerak di bidang kecantikan. Dengan menggunakan sistem *multi level marketing* model lingkaran dan *direct selling* yang bisa mendapatkan keuntungan dengan menjual produk dan mengembangkan jaringan juga yang memperpendek jalur pendistribusian barang.
2. Pada praktiknya sistem penjualan dan bisnis Oriflame di Jember hampir sama dengan penjualan bisnis Oriflame di daerah lainnya. Member yang melakukan penjualan produk kebanyakan adalah menggunakan penjualan *online* dan *offline*. Dalam penjualan *online* dan *offline* biasanya dilakukan sistem pemesanan. Sistem pemesanan merupakan suatu sistem penjualan yang mana penjual menawarkan produk melalui gambar yang mana dalam gambar tersebut akan diberikan keterangan mengenai jenis-jenis dan bahan-bahan yang terdapat dalam produk tersebut. Gambar yang ditawarkan terkumpul dalam suatu katalog yang dibuat dengan detail agar menarik konsumen.

3. Bisnis ini ditinjau dari segi hadis. Peneliti menggunakan hadis-hadis berikut dalam penelitian ini:
  - a. Penjualan di bisnis Oriflame Sweden menggunakan barang yang sifatnya riil, hanya saja produk tidak sedang ada di tangan penjual, produk tersebut ada di kantor. Sehingga konsumen perlu memesan terlebih dahulu untuk membeli produk. Penjualan demikian termasuk jual beli dengan pesan atau *salam*.
  - b. Pemberian upah di Oriflame Sweden didapatkan dengan menggunakan perhitungan dari banyaknya hasil penjualan produk, bukan dari hasil banyaknya hasil rekrutmen member. Selain itu pula, upah di dalam bisnis Oriflame Sweden ini dibayarkan di waktu yang sama setiap bulannya. Yakni pada hari keempat di bulan berikutnya. Pada waktu tersebut selalu tepat pemberian upah kepada member Oriflame Sweden.
  - c. Produk Oriflame Sweden merupakan produk yang terbuat dari tumbuh-tumbuhan. Sehingga tidak membuat perdebatan. Di Indonesia produk Oriflame Sweden telah memiliki izin edar dari Badan POM sehingga aman dipergunakan, terlebih dengan adanya label halal dari MUI (Majelis Ulama' Indonesia) membuat produk tersebut tidak hanya baik untuk digunakan tapi juga halal dalam penggunaan dan untuk pemasaran jual belinya.

## B. Saran

Dalam penelitian ini masih banyak unsur –unsur yang perlu dibahas dan dikembangkan kembali sehingga masih menyisakan bidang-bidang yang belum dibahas dan membawa kemungkinan bagi peneliti lainnya untuk mengkaji lebih luas lagi tentang bisnis Oriflame Sweden. Dan semoga penelitian ini dapat memberikan khazanah baru bagi wacana keislaman, khususnya dalam mematuhi suatu hadis yang digunakan sebagai wacana maupun landasan dalam keilmuan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Solahuddin dan Agus Suyadi. 2008. *Ulumul Hadits*. Bandung: Pustaka Setia
- Ahmad, bin Abu Abdullah Muhammad. 2001. *Musnad Imam Ahmad* juz 11. Muasasah ar-risalah
- Al-Asqolani, Ibnu Hajar. 1326H. *Tahdzib At-Tahdzib*. Matba'ah Da'iroh Al-Ma'arif An-Nidzom
- Al-Asy'ats, bin Abu Dawud Sulaiman. *Sunan Abi Dawud* juz 3. Beirut: al-Maktabah al-'Ashriyah
- Alawi Al Maliki, bin Muhammad. Th *Al-Qawaid Al-Asasiyahfi Ilm Musthalah Al-Hadits*. Malang: Hai'ah al-Sofwah
- Al-Hajjaj, bin Muslim. *Musnad Shohih AL-Mukhtashar* juz 3. Beirut: Dar Al-Ihya' AL-Tarats AL-Arabi
- Al-Mizzi. *Tahdzib AlKamal fi Asma' Ar-Rijal*. Beirut: Mu'assasah Ar-Risalah
- Amirullah dan Imam Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Anto, M.B. Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*. Yogyakarta: Ekonosia
- Aziz, Muqtadirul. 2011. *Skripsi Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Multi level marketing*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- B. Smeer, Zeid. 2008. *Ulumul Hadis Pengantar Studi Hadis Praktis*. Malang: UIN Malang Press
- Baqir Syarif. 2007. *Keringat Buruh*. Jakarta: Al-Huda
- Bararuallo, Frans. 2019. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
- Consultant Manual Oriflame*
- Departemen Agama. 2006. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Jakarta: CV. Pustaka Agung Harapan
- Hasan, Mustafa. 2012. *Ilmu Hadits*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Hibban, bin Muhammad. 1988. *Shohih Ibn Hibban* juz 11. Beirut: Muasasah ar-Risalah

- Husain, bin Ahmad. 2003. *Sunan Al-Kubro Al-Baihaqi*. Beirut: Dar al-Kitab al-Alamiyah
- Idri. 2015. *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Isa, bin Muhammad. 1998. *Jami' al Kabir/ Sunan Ibn Majjah juz 2*. Beirut: Dar Gurub al-Islami
- Ismail, bin Muhammad. 1422H. *Al-Jami' Al-Musnad Al-Shahih Al-Mukhtashar*. Dar'Atuqhan Najah.
- Isnaini Haraphap, dkk. 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian*. Sukses Offset: Yogyakarta
- Kuswara. 2005. *Mengenal MLM Syariah*. Depok: QultumMedia
- Marimin, Agus. 2016. *Bisnis Multi level marketing (MLM) dalam Pandangan Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2, Juli 2016: 107*
- Moeleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press
- Muhammad, bin Abu Qosim Abdul Malik. 1999. *Amali Ibn Basyrani juz 2*. Riyadh: Dar Wathan linnasyir
- Muhammad, Ibn Majjah Abu Abdullah. *Sunan Ibn Majjah juz 2*. Dar Ihya' Kutub Al-Arobi
- Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Nuruddin 'ltr. 2012. *Ulumul Hadis*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Oriflame Success Plan Leaders Edition*
- Qhardawi, Yusuf. 2011. *Halal Haram dalam Islam*. Solo: PT Era Adicitra Intermedia
- Rofiah, Husniati. 2010. *Studi Ilmu Hadits*. Yogyakarta: STAIN PO Press Rosdakarya
- Rusydi, Ibnu. 1996. *Terjemah Bidayatul Mujtahid wa Nihayah*. Bandung: Trigenda Karya

- Salamah, bin Abu Abdullah Muhammad. 1986. *Musnad Syihab*. Beirut: Muasasah ar-Risalah
- Smeer, Zeid B. 2008. *Pengantar Studi Hadits Praktis*. Malang : Malang Press
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Syu'aib, bin Abdurrahman Ahmad. *Sunan Shagir An-Nasai juz 7*. Alepo: Maktab al-Mathbu'ah al-Islamiyah
- Tahahhan, Mahmud. 2007. *Intisari Ulumul Hadis*. Malang: UIN Malang Press
- Tarigan, Azhari Akmal. 2015. *Dari Etika ke Spiritualitas Bisnis*. Medan: Perdana Mulya Sarana
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press
- Yazid Al-Qazwini, bin Ibn Majjah Abu Abdillah Muhammad, *Sunan Ibn Majjah juz 2*. Dar Al-Ihya' Al-Kitab Al-Arabiyah

#### **MEDIA APLIKASI DAN WEB**

“APLI.” 27 April 2020. <http://apli.or.id/>.

“ORIFLAME SWEDEN.” 3 Januari 2020. <http://id.oriflame.com>.

“SIUPL.” 27 April 2020. <http://www.apli.or.id/pages/siupl>

“TOP BRAND. ” 29 Maret 2020 . [http://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Oriflame](http://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Oriflame)

Jawami' al-Kaleem

Kamus Bahasa Arab V3.0

Maktabah Syamilah 2015

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alhida Nur Azizah

NIM : U20162031

Prodi/Fakultas : Ilmu Hadis/Ushuluddin Adab dan Humaniora

Intitusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Bisnis Oriflame Sweden di Jember dalam Perspektif Hadis”** adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 25 Juni 2020

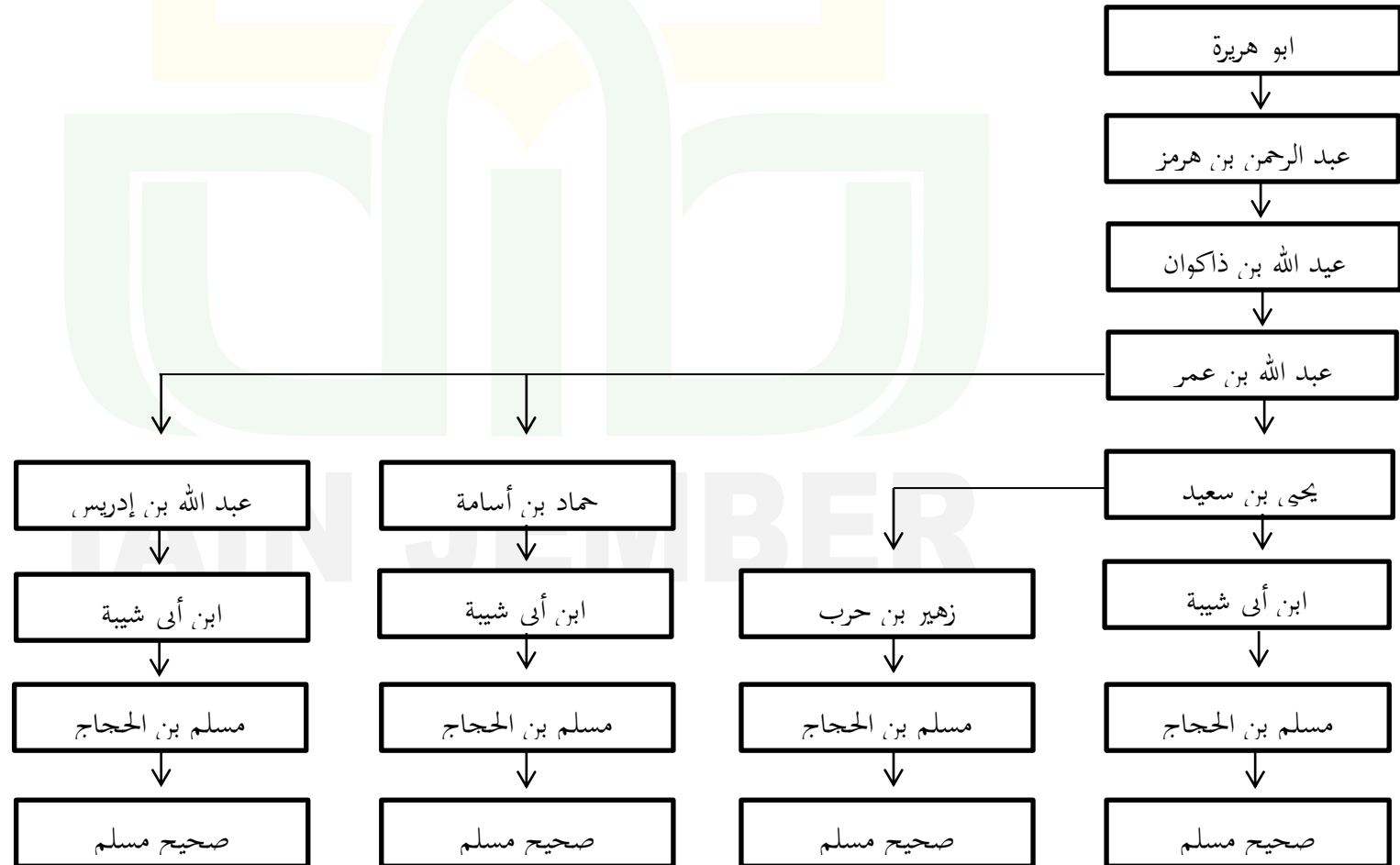
Saya yang menyatakan



Alhida Nur Azizah  
NIM. U20162031

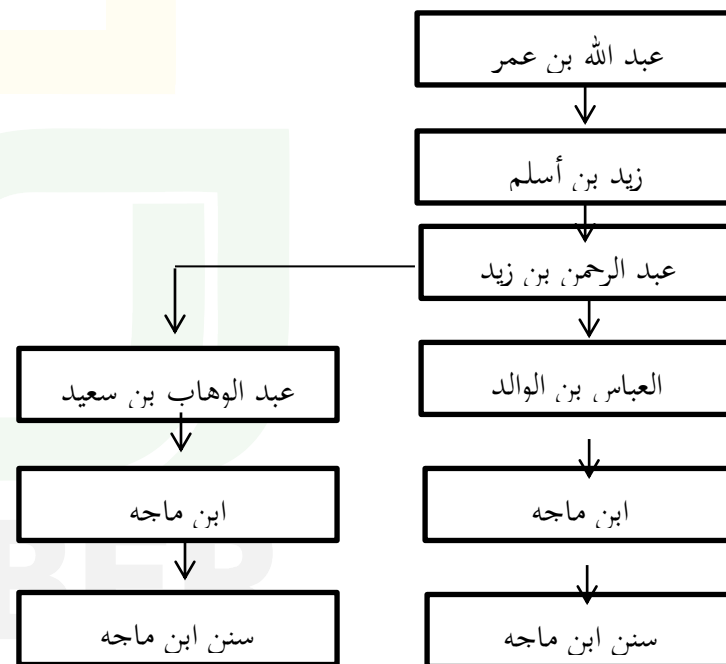
## Lampiran 1 : Skema sanad hadis

### A. Hadis Gharar periwayatan Imam Muslim

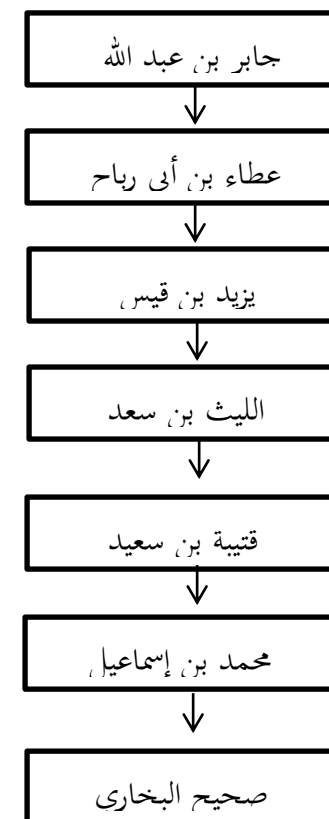




B. Hadis membayar upah periwayatan Sunan Ibn Majah



C. Hadis tidak menjual barang haram periwayatan Imam Bukhari



## Lampiran 2: Kegiatan penelitian

### A. PEDOMAN PENELITIAN

#### 1. PEDOMAN OBSERVASI

- a) Sistem penjualan dalam bisnis Oriflame Sweden
- b) Kegiatan perekrutan member baru dalam bisnis Oriflame Sweden
- c) Sistem kenaikan level dan pemberian gaji dalam bisnis Oriflame Sweden
- d) Keamanan dan kualitas produk yang diperjualbelikan dalam bisnis Oriflame Sweden
- e) Kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan praktik bisnis Oriflame Sweden

#### 2. PEDOMAN WAWANCARA

##### a) **Senior Director / Director**

- 1) Bagaimana awal mulanya bergabung dalam bisnis Oriflame Sweden?
- 2) Bagaimana perkembangan selama ini saat bergabung dengan bisnis Oriflame Sweden?
- 3) Bagaimana sistem pemberian gaji kepada pekerja di Oriflame Sweden?
- 4) Bagaimanakah kualitas dan status kehalalan yang ada pada produk-produk Oriflame Sweden?
- 5) Bagaimana awal mula Oriflame Sweden masuk di kota Jember?

- 6) Bagaimana sejarah perkembangan bisnis Oriflame Sweden dari awal hingga sekarang di Jember?
- 7) Bagaimana praktik penjualan dan bisnis Oriflame Sweden di Jember?
- 8) Apa sajakah kelebihan dan kekurangan bisnis Oriflame Sweden sebagai bisnis *multi level marketing*?

**b) Manager / Consultant**

- 1) Apakah alasan bergabung dengan bisnis Oriflame Sweden?
- 2) Bagaimana sistem penjualan yang dipakai oleh Oriflame Sweden?
- 3) Selama bergabung dengan bisnis ini adakah praktik penipuan saat melakukan penjualan atau lain sebagainya?
- 4) Bagaimana cara pemberian gaji Oriflame Sweden kepada setiap membeinya?
- 5) Apa kelebihan dan kekurangan bisnis Oriflame Sweden dibanding bisnis *multi level marketing* lainnya?

**c) Konsumen**

- 1) Mengapa memilih produk Oriflame Sweden?
- 2) Pernahkah merasa adanya praktik penipuan saat melakukan transaksi jual beli produk Oriflame?
- 3) Produk apakah yang paling diminati di Oriflame Sweden ? jelaskan alasannya?

## B. DAFTAR RESPONDEN WAWANCARA

| NO | TANGGAL       | NARASUMBER            | KETERANGAN      |
|----|---------------|-----------------------|-----------------|
| 1  | 12 April 2020 | Iis Riskil Magfiroh   | Manager         |
| 2  | 13 April 2020 | Anisa Alfadini        | Senior Direktor |
| 3  | 13 April 2020 | Ika Nur Azizah        | Senior Manager  |
| 4  | 13 April 2020 | Rifatul 'Uba          | Manager         |
| 5  | 23 April 2020 | Indah Purnawati       | Senior Direktor |
| 6  | 24 April 2020 | Ulfia Ratna Fitriani  | Konsumen        |
| 7  | 30 April 2020 | Nova Ida Alhabibah P. | Konsumen        |
| 8  | 30 April 2020 | Resni Indarti         | Konsumen        |

Jember, 4 Mei 2020

Peneliti

ALHIDA NUR AZIZAH

U20162031

### C. DOKUMENTASI



Acara Consultant Camp, Jember 17 Maret 2020



Acara Consultant Camp , Jember 17 Maret 2020



Acara Beauty Academy, Jember 6 Oktober 2019



Wawancara dengan Senior Direktur Ibu Indah Purnawati, Jember 23 April 2020

## BIODATA PENULIS



### A. DATA PRIBADI

Nama : Alhida Nur Azizah  
Nim : U20162031  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 15 November 1998  
Alamat Asal : Jl. Sawo 113 RT.001 RW. 006 Dusun Krajan,  
Tanggul Wetan, Tanggul, Jember, Jawa Timur  
Email : alhidanurazizah@gmail.com  
Nomor Hp. : 0895338427935  
Nama Ayah : Azis Muslim  
Nama Ibu : Su'aidah

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK. Bhakti Siwi Tanggul Jember Tahun 2002-2004  
SDN Tanggul Wetan 04 Tanggul Jember Tahun 2004-2010  
SMP "Plus" Darus Sholah Jember Tahun 2010-2013  
MA. Darus Sholah Jember Tahun 2013-2016  
IAIN Jember Tahun 2016-2020

### C. PENGALAMAN ORGANISASI

- ICIS (Institute of Culture and Islamic Studies)  
Bidang kaligrafi IAIN Jember Tahun 2016-2020
- Koordinator Zukhrufah bidang Kaligrafi  
ICIS IAIN Jember Tahun 2018
- Himpunan Mahasiswa Program Studi  
Ilmu Hadis Tahun 2017-2019
- Humas HMPS Ilmu Hadis Tahun 2018-2019
- Duta ISNU Jawa Timur Tahun 2019
- Wakil Bendahara ISNU Tanggul Jember Tahun 2019-2020
- ISNU (Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama')  
Kecamatan Tanggul Jember Tahun 2019-2020