

**JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL*
MARKETING MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI
SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar, Lumajang)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh :

SUMILA PUSPITA DEWI

204102020040

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS SYARIAH

2024

**JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL*
MARKETING MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI
SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar, Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)



Oleh :

SUMILA PUSPITA DEWI

204102020040

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS SYARIAH

2024

**JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE MULTI LEVEL
MARKETING (MLM) MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI
SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar,Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

Fakultas Syariah

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

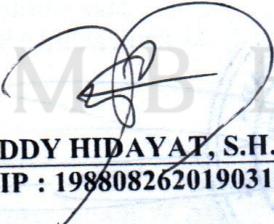
Disusun Oleh :

SUMILA PUSPITA DEWI

NIM : 204102020040

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing :


FREDDY HIDAYAT, S.H., M.H.
NIP : 198808262019031003

**JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL*
MARKETING MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI
SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar, Lumajang)**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

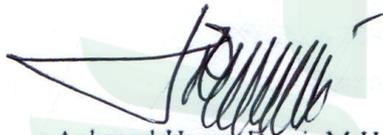
Hari : Jum'at

Tanggal : 20 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua

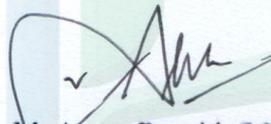
Sekretaris



Achmad Hasan Basri, M.H
NIP. 198804132019031008

Anggota :

1. Dr. H Ahmad Junaidi, M.Ag
2. Freddy Hidayat, S.H, M.H



M. Aenur Rosyid, S.H.I, M.H
NIP. 198805122019031004



Menyetujui
Dekan Fakultas Syariah



Dr. Wildani Helmi, MA.
NIP.199111072018011004

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya : “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, sebagai wujud rasa syukur, cinta serta kasih sayang, dengan kerendahan hati atas selesainya skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT, yang telah menjawab do'aku dan do'a kedua orang tuaku. Terima kasih telah memberikan kekuatan, kemudahan dan kemurahan atas ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sugiono dan Ibu Sumiati. Terima kasih yang sangat mendalam atas segala do'a yang dipanjatkan, pengorbanan, nasehat juga dukungan yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada saya. Saya sangat bersyukur memiliki kedua orang tua seperti kalian. Tanpa kalian, saya bukanlah apa-apa. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat kalian bahagia dan bangga, karena saya sadar sebelum ini tidak bisa berbuat lebih.
3. Adik lelakiku tercinta Ahmad Diego Syarief. Terima kasih telah membuat kakak tersenyum dengan tingkah lucu dan menjadi partner bercanda dan bertengkar ketika kakak pening mengerjakan skripsi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr, Wb

Bismillahirrahmanirrahim, Segala puja dan puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sekalian. Dan tak lupa pula sholawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah kepada zaman islamiyah seperti sekarang ini. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL MARKETING* MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar,Lumajang)”.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S.I) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, tahun 2024. Kesuksesan dalam proses ini penulis dapatkan dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hefni, S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Kerajaan (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mengesahkan penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berkat bimbingan dan pengelolaannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni selaku Dekan Fakultas Syariah yang telah memberikan persetujuan untuk penulisan skripsi ini.
3. Bapak Freddy Hidayat S.H., M.H. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi ini dan juga yang telah memberikan waktu, ilmu, serta pengalamannya untuk

membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

4. Segenap jajaran Dosen UIN KHAS Jember khususnya para dosen fakultas Syari'ah, terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan khususnya kepada penulis, semoga ilmu tersebut membawa berkah bagi penulis dan semua pihak yang telah membimbing penulis sejak semester pertama hingga berhasil menyelesaikan tulisan ini.
5. Bapak dan Ibu Staff TU Fakultas Syariah UIN KHAS Jember yang telah memberikan kemudahan, sehingga sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan do'a-do'a dalam penyelesaian penulisan ini.
7. Kepada semua pihak termasuk teman teman, baik dari Organisasi, teman sekelas di Hukum Ekonomi Syariah 2, serta teman - teman lainnya yang telah memberikan suasana lingkungan yang baik sehingga penulisan ini dapat diselesaikan tanpa hambatan.

Semoga Allah Membalas dengan sebaik-baiknya. Dengan ini, penulis secara pribadi mengucapkan terimakasih dan memohon maaf sebesar - besarnya apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan dan penulisan.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Jember, 8 November 2024

Penulis

Sumila Puspita Dewi

Nim : 204102020040

ABSTRAK

Sumila Puspita Dewi, 2024 : JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL MARKETING* MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus Desa Selok Awar-Awar, Lumajang)

Kata Kunci : *Multi Level Marketing, Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Perlindungan Konsumen*

Didalam jual beli yang menggunakan metode ini membutuhkan keterangan mengenai hukum ekonomi syariah dan juga hukum perlindungan konsumen. Urgensi penelitian ini yaitu yang terkait halal haramnya yang masih diragukan didalam masyarakat. Pada praktik jual beli air milagros ini menggunakan metode *Multi Level Marketing* dimana pada praktik yang menggunakan metode ini diragukan banyak orang terkait halal haramnya suatu produk. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul diatas dikarenakan untuk meyakinkan masyarakat tentang status hukum suatu produk dan aman bagi konsumen.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah : 1. Bagaimana praktik jual beli pada pemasaran air milagros? 2. Bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik *Multi Level Marketing* pada Air Milagros di Desa Selok Awar-Awar? 3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap kesehatan konsumen, menurut pandangan hukum perlindungan konsumen?. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengkaji praktik jual beli air milagros, Untuk mengkaji status hukum *Multi Level Marketing*, Untuk mengkaji pandangan hukum terkait jual beli air milagros menurut hukum perlindungan konsumen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris dengan menggunakan dan menerapkan pendekatan sosiologi hukum, pendekatan studi kasus, dan pendekatan perundang-undangan. Lokasi penelitian yang diambil dalam skripsi ini yaitu terletak di Desa Selok Awar-Awar, Lumajang. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan Observasi, Wawancara, Studi kepustakaan, dan Dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan proses analisis data juga uji keabsahan data guna untuk mendapatkan hasil dari kesimpulan data yang telah dikumpulkan atau diteliti.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa : 1. Bagi sistem praktik jual belinya lebih di perjelas lagi agar masyarakat tau dengan betul bagaimana proses jual belinya. 2. Pandangan hukum ekonomi syariah terkait metode *Multi Level Marketing* diyakinkan halal. Kecuali didalamnya ada sistem kecurangan seperti riba, gharar, judi. 3. Pandangan Hukum Perlindungan Konsumen yaitu dalam hal ini memberitahu tentang legalitas suatu produk apabila ada konsumen yang mempersengketakan tentang air milagros ini. Bahkan dari Undang - Undang nomor 8 pasal 4 bab III Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa hak konsumen perlu dilayani dengan baik.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	21
1. Jual Beli.....	21
2. Air Milagros	29
3. <i>Multi Level Marketing</i>	31
4. Hukum Ekonomi Syariah	35
5. Hukum Perlindungan Konsumen	37

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Lokasi Penelitian	43
D. Subyek Penelitian.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Analisis Data	47
G. Keabsahan Data.....	48
H. Tahap-tahap Penelitian.....	49
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	51
A. Gambaran Objek Penelitian	51
1. Profil Desa Selok Awar-Awar, Pasirian-Lumajang	51
2. Letak Geografis	51
3. Gambaran Umum Air Milagros	52
B. Penyajian Data dan Analisis	53
1. Sistem Penjualan Air Milagros, Tanggapan Produsen dan Konsumen Air Milagros dan Metode PenjualanTanggapan Konsumen.....	53
2. <i>Multi Level Marketing</i> Menurut Hukum Ekonomi Syariah	59
3. <i>Multi Level Marketing</i> Menurut Hukum Perlindungan Konsumen.....	60
C. Pembahasan Temuan	62
1. Teori Jual Beli Air Milagros	63
2. <i>Multi Level Marketing</i> Menurut Pandangan Hukum Ekonomi Syariah.....	64
3. <i>Multi Level Marketing</i> Menurut Pandangan Hukum Perlindungan Konsumen	67
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73

Surat Pernyataan Keaslian Penulisan

Lampiran-Lampiran

Matrik Penelitian

Surat Keterangan Izin Penelitian

Pedoman Wawancara

Jurnal Kegiatan Penelitian

Dokumentasi

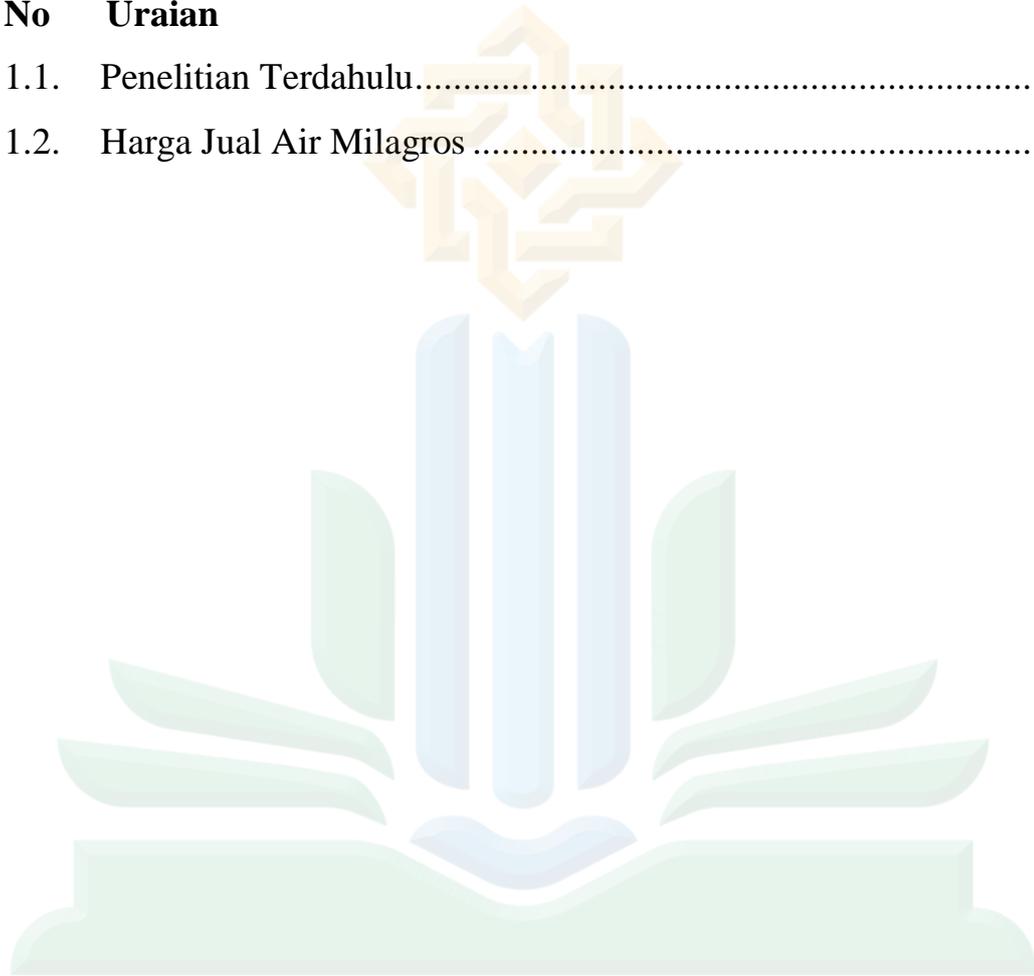
Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

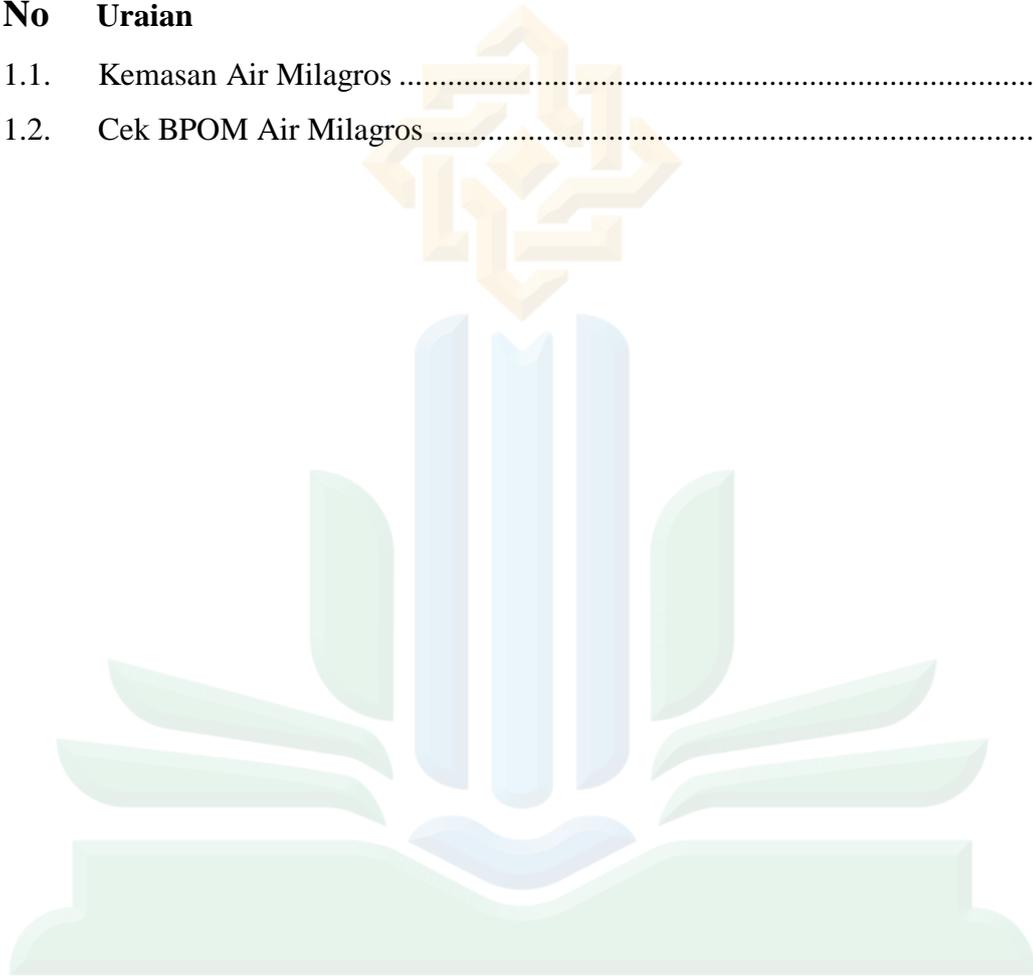
No	Uraian	
1.1.	Penelitian Terdahulu.....	19
1.2.	Harga Jual Air Milagros	53



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	
1.1.	Kemasan Air Milagros	54
1.2.	Cek BPOM Air Milagros	63



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan hukum pada hukum ekonomi syariah pada saat ini mengalami luncuran yang sangat drastis. Contohnya yaitu bermuamalah, saat ini banyak yang melakukan jual beli tetapi dengan berbagai metode. Salah satu metode muamalah adalah metode *Multi Level Marketing* yang digunakan untuk jual beli air milagros. Dengan digunakannya metode *Multi Level Marketing* pada bermuamalah ada yang memperbolehkan, ada juga yang tidak khususnya dari beberapa pendapat ulama.

Kebutuhan masyarakat akan air minum sangatlah tinggi. Dalam tubuh manusia, air berperan penting dalam sistem metabolisme karena lebih dari 70% tubuh manusia mengandung air, kekurangan air di dalam tubuh manusia sangatlah fatal karena dapat menyebabkan kematian atau istilah yang biasa kita tau sebagai dehidrasi dan menyebabkan beberapa penyakit. Dari keterangan tersebut PT Milagros Indonesia Megah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Direct Selling, selain memasarkan produknya, perusahaan juga memberi kesempatan pada masyarakat luas untuk membangun dan memiliki bisnisnya sendiri yaitu Air Milagros atau air alkali yang dapat menyembuhkan penyakit secara bertahap.¹

Contoh jual beli dari penggunaan metode *Multi Level Marketing* ini adalah jual beli pada air milagros, air milagros ini terkenal sebagai air

¹ Aura Rosyiana Ruwanda, Linda Nur Susila, UDAUB Surakarta, *Peningkatan Keputusan Pembelian Air Mineral Merk Milagros Di Surakarta Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 10, No.2 (Desember 2023), 139-140.

yang memiliki kandungan obat yang dimana air tersebut dapat menyembuhkan berbagai penyakit diantaranya adalah memperlancar proses pencernaan, meningkatkan metabolisme pada tubuh, mengembalikan suhu tubuh agar tetap normal, memperlancar peredaran darah, memelihara kesehatan kulit, mencegah kanker, mencegah kerusakan pada sendi, mencegah penyakit lambung, meringankan penyakit diabetes. Asalkan jika mengkonsumsi air milagros ini harus diminum rutin setiap hari karena sifat dari air milagros ini sama dengan air pada umumnya.²

Air Milagros bukanlah air mineral pada umumnya melainkan air milagros ialah air alkali yang ber-pH tinggi dengan segala kemurniannya. Didalam air milagros terdapat pH yang super stabil yaitu >9.8 yang sangat baik untuk membuang limbah asam di dalam tubuh. Air milagros memiliki sifat radikal bebas yang masuk kedalam tubuh. Selain itu, air milagros memiliki kemampuan *Micro Cluster* yang cepat menyerap dalam aliran darah dan dengan cepat menggantikan sel darah yang rusak.

Adapun keunikan pada air milagros yaitu air yang tidak dimiliki air mineral lainnya, yaitu tertanam *Scalar Energy* yang mampu meningkatkan daya tahan tubuh dalam melawan penyakit.³ Didalam produk milagros pada saat ini bukan hanya air milagros saja melainkan sudah berkembang,

² Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016: 111.

³ Milagros, <https://mim.id/ref/th40fb041db0> diakses pada 15 Maret 2024.

ada *Collagen, skincare, sabun sehat, dan obat tetes mata*.⁴ *Multi Level Marketing* yang disebut dengan sebutan MLM, merupakan sebuah sistem penjualan atau pemasaran yang modern melalui jaringan distribusi kemudian dibangun secara stabil dengan pelanggan berada diposisi pelanggan dan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Arti melalui jaringan distribusi yaitu agar jaringan yang disebarakan bisa lebih dekat dengan masyarakat. Lebih singkatnya *Multi Level Marketing* adalah suatu pemasaran yang bertahap melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikannya konsumen atau pelanggan sebagai tenaga pemasarannya.⁵

Beberapa orang menyebut *Multi Level Marketing* sebagai bisnis penjualan langsung. Pendapat ini didasarkan pada praktik penjualan *Multi Level Marketing* yang terjadi langsung dari penjual ke konsumen. Kegiatan penjualan ini dilakukan dengan perwakilan penjualan memberikan penjelasan, presentasi produk. Di Indonesia, penjualan multi level saat ini dihubungkan melalui sebuah asosiasi yang disebut Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Organisasi ini merupakan anggota Kamar Dagang dan Industri (KADIN) yang merupakan bagian dari *World Federation Direct Selling Association (WFDSA)*.

Hukum perlindungan konsumen yang ada dalam metode *Multi Level Marketing* ini dimaksudkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun

⁴ Milagros, www.milagros.co.id diakses pada 17 Maret 2024.

⁵ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016 : 106.

1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen memberikan batasan dan jaminan terkait peningkatan harkat dan martabat konsumen meliputi peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan peran pelaku usaha yang profesional dan menghargai hak dan kewajiban sebagai pelaku usaha.

Konsekuensi di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini cukup jelas apabila telah dipahami oleh semua pihak, bahwa di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini mencantumkan mengenai hak dan kewajiban dari pelaku usaha dan konsumen, hal tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dengan berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen serta kepastian hukum.⁶

Yang telah penulis teliti terdapat dua isu hukum yaitu yang pertama yaitu halal haramnya pada metode *Multi Level Marketing*, karena didalam islam itu ada yang diperbolehkan ada juga yang tidak diperbolehkan. Jadi jika seseorang menanyakan tentang status hukumnya maka perlu dijawab bahwa hukum dari metode ini ada dua

⁶ Nurlaela Indah Sari, I Gusti Agung Wisudawan, *PERLINDUNGAN KONSUMEN PEMAKAI PRODUK DENGAN SISTEM PENJUALAN MLM (STUDY KASUS PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA)*, Jurnal Commerce Law Volume 2 Issue 2, December 2022, 234.

pendapat. Isu hukum yang kedua yaitu mengkonsumsi air milagros tidak boleh terlalu sering, dikarenakan pH yang tinggi.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada dampak negatif tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas tentang jual beli air milagros ini dengan metode pemasaran dan juga pembeliannya. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul “JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL MARKETING* MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN”

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah ini dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian.⁷ Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis tentang jual beli air milagros dengan menggunakan metode *Multi Level Marketing* menurut hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen. Dalam hal ini peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik jual beli pada pemasaran air milagros ?
2. Bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap praktik *Multi Level Marketing* pada Air Milagros di Desa Selok Awar-Awar ?
3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap kesehatan konsumen, menurut pandangan hukum perlindungan konsumen ?

⁷ Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember : IAIN Jember Press, 2022), 45.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sesuatu yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji praktik jual beli dalam pemasaran air milagros.
2. Untuk mengkaji status hukum *Multi Level Marketing* dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
3. Untuk mengkaji pandangan hukum terkait jual beli air milagros dengan metode penjualan *Multi Level Marketing* dalam perlindungan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hal yang paling penting di dalam penelitian yaitu kemanfaatan yang dapat dirasakan dan diterapkan ketika hasil penelitian sudah terungkap. Oleh karena itu hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, dengan kata lain yaitu informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat memberikan suatu kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan hukum ekonomi syariah khususnya didalam bermuamalah atau jual beli dan juga pada

hukum perlindungan konsumen yang ada di negara ini. Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana jual beli Air Milagros dengan metode *Multi Level Marketing* baik menurut hukum perlindungan konsumen maupun hukum ekonomi syariah. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi dan acuan untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat atau Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan pemahaman yang dalam dan juga memberikan manfaat tentang jual beli Air Milagros dengan metode *Multi Level Marketing* kepada masyarakat dan konsumen baik itu dari segi hukum ekonomi syariah maupun hukum perlindungan konsumen.

b. Bagi Praktisi Jual Beli Air Milagros

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan pada praktisi jual beli Air Milagros guna untuk memperkembangkan produk dalam memperjual belikan suatu produk dengan metode *Multi Level Marketing* yang digunakan. Tidak hanya itu, produk yang diperjual belikan juga dapat dikembangkan dengan baik.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini mampu memberikan berbagai manfaat bagi penulis untuk lebih mengetahui ilmu tentang bermualah secara

benar yang salah satunya terdapat pada metode *Multi Level Marketing*. Bukan hanya itu, semoga dapat memperluas wawasan dan pengalaman dalam menyusun suatu karya tulis ilmiah yang berbentuk apapun kedepannya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ini digunakan untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka peneliti harus menjelaskan terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan judul penelitian “Jual Beli Air Milagros dengan Metode *Multi Level Marketing* Menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen”. Sehingga definisi istilah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Jual Beli

Jual beli adalah penjualan atau pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang dengan cara mengalihkan hak milik kepada pihak lain berdasarkan kesepakatan bersama.⁸ Jual beli dianggap benar jika status hukum barang yang di perjual belikan halal.

Jika statusnya haram, misal khamar atau yang sejenisnya seperti mengandung riba didalam jual beli tersebut maka tidak diperbolehkan untuk diperjualbelikan karena hukumnya haram. Bukan hanya itu islam juga melarang adanya jual beli yang objeknya merupakan barang terlarang seperti sperma hewan, bangkai, kotoran hewan, babi dan berhala.

⁸ Wati Susiawati, "JUAL BELI DAN DALAM KONTEKS KEKINIAN", Jurnal Ekonomi Islam Vol 8, No 2, November 2017, 172.

2. Air Milagros

Air milagros adalah merk air minum yang dipercaya manfaat kesehatan tambahan karena diklaim menggunakan mineral ion tertentu yang bermanfaat bagi tubuh. Produk ini sering dikaitkan dengan klaim kesehatan dan kebugaran serta dipercaya untuk menyembuhkan penyakit secara bertahap. Air milagros ini memiliki pH yang super stabil yaitu <9.8, dan tidak hanya air saja pada produk milagros adanya perkembangan membuat produk milagros meng upgrade ke produk lainnya yaitu seperti *collagen*, *scincare*, sabun, coklat ginseng.⁹

Air ini dapat menyembuhkan penyakit secara bertahap seperti paru – paru, kanker rahim, asam lambung, muntaber, sesak nafas, typus batu, kanker payudara, katarak, mata silinder, mata minus/plus, sakit gigi, *cholesterol*, asam urat, batu empedu, ginjal, vertigo, darah tinggi, diabetes, migrain, maag, jantung, stroke, ambeyen, kanker servik, tumor, usus buntu , TBC, asma, luka/penyakit kulit, darah tinggi, gula darah, herpes, ambeyen, miom, kista, kanker otak, kanker rahim.

3. Multi Level Marketing

Multi Level Marketing adalah suatu konsep pendistribusian, penjualan suatu produk atau jasa sehingga konsumen dapat ikut pula merasakan manfaat keuntungan dari perusahaan¹⁰. Metode ini banyak digunakan didalam perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan

⁹ Milagros, www.milagros.co.id diakses pada 30 Maret 2024

¹⁰ Dr. Amiruddin, *Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, Gowa-Sulawesi Selatan-Indonesia, Pusaka Almailda,2021, 9

kapasitas produk dan keuntungan perusahaan. Didalam metode ini masa kerja tidak ditentukan, dalam artian bebas kerja sampai kapan saja dan dimana saja. Strategi yang digunakan dalam bekerja untuk menjual produk yang diperjual belikan oleh konsumen dan distributir yaitu dengan cara merekrut anggota baru menjadi seller.

4. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah adalah hukum-hukum yang terkait dengan kegiatan ekonomi dalam pengertian luas yang bersumber dari agama islam yang telah masuk dalam sistem perundang-undangan untuk mencapai kebahagiaan (falah) di dunia dan di akhirat¹¹. Teori pada hukum ekonomi syariah ini melebar dan model teorinya berkombinasi dengan teori hukum lainnya seperti hukum islam dan istilah-istilah fiqh. Hukum islam dan istilah-istilah fiqh jelas bersangkutan dengan hukum ekonomi syariah karena memang hukum ekomi islam yang harus digunakan dalam agama islam.

5. Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen adalah hukum yang ada untuk melindungi semua konsumen yang menggunakan barang dan jasa jika terdapat permasalahan didalamnya. Adanya hukum perlindungan konsumen dikarenakan dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Hukum perlindungan konsumen ini ada untuk masyarakat/konsumen.

¹¹ Dr. Zulham , Mustapa Khamal Rokan, *Teori Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Sumatera utara, FEBI UIN-SU Press, 2022, 81.

Dalam istilah konsumen ada hak yang harus didapatkan yaitu perlindungan, pengawasan dan penegakan hukum yang dibutuhkan.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mencapai tujuan sebagaimana dijelaskan diatas maka penelitian ini disusun secara sistematis, yaitu sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah. Pendahuluan ini dimaksudkan untuk pembaca agar dapat mengetahui bagaimana konteks didalam penelitian.

Bab II : Kajian Pustaka

Pada bab ini berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan juga kajian teori. Hal ini digunakan sebagai bahan analisa dalam membahas objek penelitian. Dalam penelitian terdahulu yang penulis cantumkan tidak memiliki judul yang sama namun berkaitan dengan jual beli Air Milagros yang penulis bahas.

Bab III : Metode Penelitian

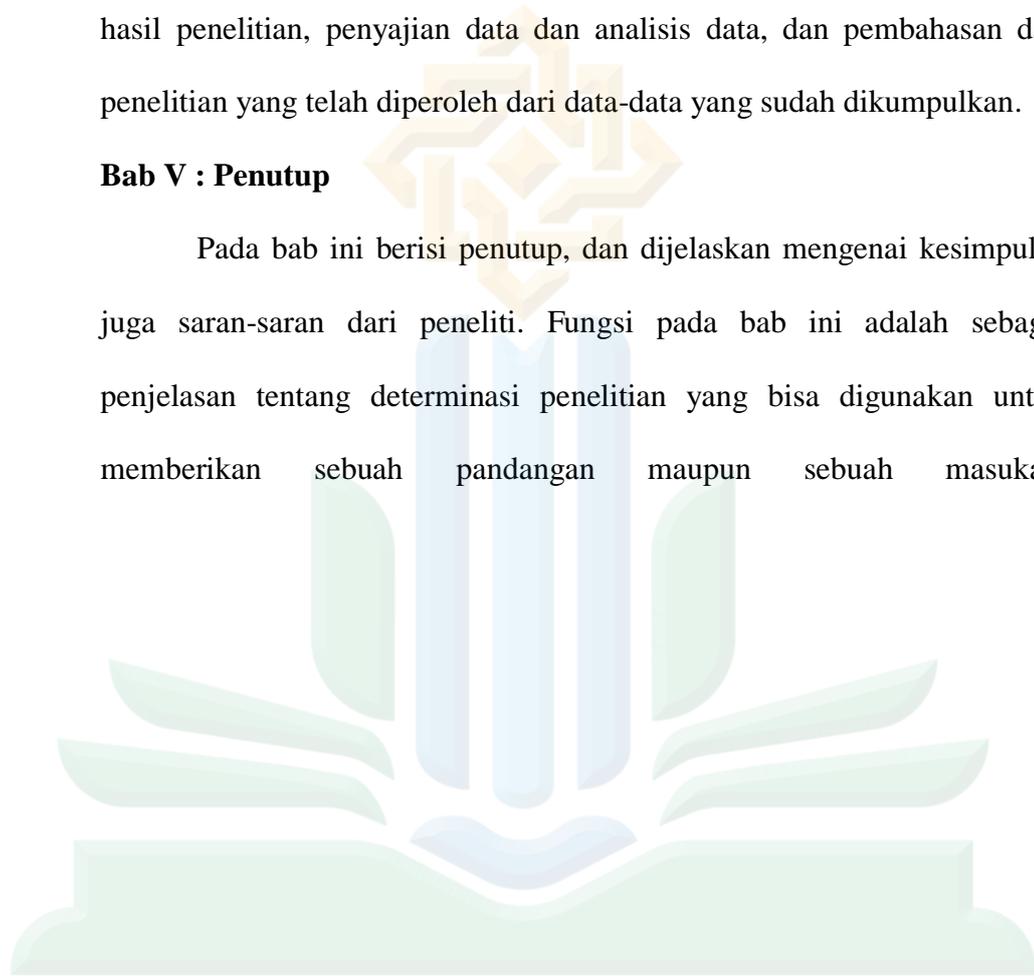
Pada bab ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan untuk mencapai hasil penelitian secara maksimal yang memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Sehingga dapat diketahui kesesuaian antara metode yang digunakan dengan jenis penelitian yang dilakukan.

Bab IV : Penyajian Data dan Analisis

Pada bab ini membahas tentang gambaran objek penelitian atau hasil penelitian, penyajian data dan analisis data, dan pembahasan dari penelitian yang telah diperoleh dari data-data yang sudah dikumpulkan.

Bab V : Penutup

Pada bab ini berisi penutup, dan dijelaskan mengenai kesimpulan juga saran-saran dari peneliti. Fungsi pada bab ini adalah sebagai penjelasan tentang determinasi penelitian yang bisa digunakan untuk memberikan sebuah pandangan maupun sebuah masukan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dijadikan acuan penulis untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperbanyak teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Setelah dicari dari beberapa penelitian terdahulu, penulis mengambil beberapa sumber informasi sebagai referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian serta dengan mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan baik yang sudah dipublikasikan atau belum dipublikasikan kemudian membuat ringkasan.

Penulis berharap dengan melakukan langkah ini dapat memberikan sumber informasi mengenai penelitian yang akan penulis lakukan dengan ini penulis akan mengemukakan beberapa karya ilmiah yang memiliki kemiripan tema dengan tema yang dilakukan penulisan untuk melakukan penelitian.

Berbagai penelitian terdahulu yang penulis ambil yaitu sebagai berikut :

1. Skripsi dari Merry Triana Anggraeni pada tahun 2022 yang berjudul “Analisis Implementasi Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Bisnis Milagros (Studi kasus di Bakti *Stockist* Milagros). Yang memiliki rumusan masalah Bagaimana sistem penjualan langsung berjenjang

pada bisnis milagros di Bakti Stockist Milagros? Bagaimana implementasi fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah pada sistem penjualan langsung berjenjang di Bakti Stockist Milagros?. Kemudian jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif.

Dengan kesimpulan bahwa mekanisme pembagian bonusnya sudah diatur dalam marketing plan dan sesuai dengan omset penjualan dan tingkatan dalam bisnis Milagros. Sedangkan akad dalam bisnis Milagros di Bakti Stockist Milagros sesuai dengan ketentuan akad yang telah ditetapkan oleh DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Pandangan fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 terhadap bisnis Milagros di Bakti Stockist Milagros yakni terdapat 11 ketentuan hukum yang sudah terpenuhi. Bisnis Milagros adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.

Hal ini diperbolehkan karena Milagros memperdagangkan produk yang asli atau ada barangnya, produk yang dijual berasal dari bahan yang aman bagi kesehatan dan tidak mengandung unsur-unsur haram. Tidak mengandung unsur riba, perjudian, penipuan yang bisa merugikan setiap anggotanya. Tetapi ada 1 poin yang belum dilaksanakan, yaitu pada ketentuan hukum yang ke tujuh yaitu: “Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”.

Dalam hal tersebut pada Bakti Stockist Milagros terdapat mitra pasif yang mendapatkan bonus dari downline aktifnya, hal tersebut sama saja dengan mendapatkan komisi atau bonus pasif.¹²

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang jual beli Air Milagros. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana peranan masyarakat atau konsumen yang memakai produk Milagros ini.

2. Skripsi dari Siti Aisyah pada tahun 2020 yang berjudul “Analisis *Competitive Advantage* Produk MSI Dengan *Multi Level Marketing* di Kabupaten Jember”. Yang memiliki salah satu rumusan masalah Bagaimana *Multi Level Marketing* pada produk Msi di Kabupaten Jember. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Dengan kesimpulan bahwa *Multi Level Marketing* memperkenalkan produk melalui media sosial dan hal tersebut akan menjadi keunggulan karena berkurangnya biaya iklan, cukup dengan menggerakkan member agar mempromosikan produk tersebut.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis tentang *Multi Level Marketing*. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini difokuskan kepada status hukum pada *Multi Level Marketing*, dan baik atau tidaknya bagi masyarakat dan konsumen.¹³

¹² Merry Triana Anggraeni, “ANALISIS IMPLEMENTASI FATWA DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH PADA BISNIS MILAGROS (Studi kasus di Bakti Stockist Milagros)”(Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta, 2022), 1-73

¹³ Siti Aisyah, “Analisis *Competitive Advantage* Produk MSI dengan *Multi Level Marketing* di Kabupaten Jember”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Jember,2020) 1-113.

3. Jurnal yang ditulis oleh R. Juli Moertiono pada tahun 2020 yang berjudul “Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian *Multi Level Marketing* Barang-Barang, Makanan, Minuman Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Ditinjau dari UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masalah yang ada keterkaitannya dengan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu tergolong sebagai penelitian hukum normatif, penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang dan pendekatan konseptual. Dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Untuk kesimpulannya yaitu dalam penelitian ini yaitu pertanggung jawaban pelaku usaha bisnis *Multi Level Marketing* terhadap konsumennya apabila salah satu pihak wanprestasi baik pihak distributor atau anggotanya (konsumen) melakukan perbuatan ingkar janji atau tidak memenuhi prestasi sebagaimana diperjanjikan, maka dapat dituntut untuk memberikan ganti rugi akibat dari perbuatan wanprestasi tersebut.¹⁴

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang *Multi Level Marketing* menurut hukum perlindungan konsumen. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini

¹⁴ R. Juli Moertiono “Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian *Multi Level Marketing* Barang-Barang, Makanan, Minuman Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Ditinjau dari UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Jurnal Ilmiah METADATA, Volume 2 Nomor 2 Mei 2020. 100-118.

difokuskan untuk konsumen yang prestasi terhadap perjanjian yang sudah ada.

4. Tesis yang ditulis oleh Khoirika Makhmudah pada tahun 2019 yang berjudul “Motif Konsumen Muslim Dalam Pembelian Produk Milagros di Kota Semarang”. Yang memiliki rumusan masalah Apa saja motif konsumen muslim dalam pembelian produk Milagros di Kota Semarang?. dengan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Kesimpulannya yaitu bahwa konsumen memilih membeli produk ini untuk ketenangan dan juga mengambil manfaat dari Air Milagros seperti bisa menyembuhkan penyakit.¹⁵

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pembelian produk milagros. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini difokuskan kepada motif konsumen muslim pada metode *Multi Level Marketing*.

5. Jurnal yang ditulis oleh Firmansyah pada tahun 2023 yang berjudul “Perlindungan Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen (member) dalam Sistem *Multi Level Marketing* (Studi pada PT. Melia Sehat Sejahtera)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan perlindungan hak-hak pelaku usaha dan konsumen (member) dengan sistem *Multi Level Marketing*. Jurnal ini menggunakan analisis data kualitatif. Untuk kesimpulannya yaitu penelitian ini menunjukkan tentang perlindungan konsumen harus sesuai dengan UU no.8 tahun 1999

¹⁵ Koirika Makhmudah, “*Motif Konsumen Muslim Dalam Pembelian Produk Milagros di Kota Semarang*”. (Tesis, UIN Walisongo Semarang, 2019), 1-196

tentang perlindungan konsumen dan harus sueia denagn kode etik PT. Melia Sehat Sejahtera.¹⁶

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen pada metode *Multi Level Marketing* dalam penjualan suatu produk. Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini difokuskan kepada metode *Multi Level Marketing* menurut Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum perlindungan konsumen.

6. Skripsi yang ditulis oleh Amilatus Sholikhah pada tahun 2023 yang berjudul “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik *Multi Level Marketing* pada Bisnis Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso”. Yang memiliki salah satu rumusan masalah : Bagaimana tinjauan fiqh muamalah terhadap praktik *Multi Level Marketing* pada bisnis mahkota sukses indonesis (MSI) di desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso. Dengan kesimpulan bahwa sudah sesuai dengan hukum syariat agama islam yang berlaku karena keaslian legalitas dan kehalalnya sudah terbukti.

Persamaan dalm penelitian ini yaitu sama – sama membahas tentang *Multi Level Marketing*. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam

¹⁶ Firmansyah, Perlindungan Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen (member) dalam Sistem Multi Level Marketing (Studi pada PT. Melia Sehat Sejahtera), Jurnal Ilmiah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2023 1-14.

penelitian ini difokuskan kepada status hukum menurut hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen.¹⁷

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Merry Triana Anggraeni (2022)	Analisis Implementasi Fatwa DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Bisnis Milagros (Studi kasus di Bakti <i>Stockist</i> Milagros)	Sama-sama membahas tentang jual beli Air Milagros.	Dalam penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana peranan masyarakat atau konsumen yang memakai produk Milagros ini.
2	Siti Aisyah (2020)	“Analisis <i>Competitive Advantage</i> Produk MSI Dengan <i>Multi Level Marketing</i> di Kabupaten Jember”.	Sama-sama menganalisis tentang <i>Multi Level Marketing</i> .	Dalam penelitian ini difokuskan kepada jual beli produk Air Milagros, baik atau tidaknya bagi masyarakat dan konsumen.

¹⁷ Amilatus Sholikhah, “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik *Multi Level Marketing* pada Bisnis Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso”, skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023 1-113.

3	R.Juli Moertiono (2020)	“Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian <i>Multi Level Marketing</i> Barang-Barang, Makanan, Minuman Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Ditinjau dari UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”	Sama-sama membahas tentang <i>Multi Level Marketing</i> menurut hukum perlindungan konsumen.	Dalam penelitian ini difokuskan untuk konsumen yang prestasi terhadap perjanjian yang sudah ada.
4	Khoirika Makhmudah (2019)	“Motif Konsumen Muslim Dalam Pembelian Produk Milagros di Kota Semarang”	Sama-sama membahas tentang pembelian produk milagros.	Dalam penelitian ini difokuskan kepada motif konsumen muslim pada metode <i>Multi Level Marketing</i>
5	Firmansyah (2023).	“Perlindungan Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen (member) dalam Sistem <i>Multi</i>	Sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen pada metode <i>Multi</i>	Dalam penelitian ini difokuskan hanya kepada metode <i>Multi Level Marketing</i> menurut Hukum

		<i>Level Marketing</i> (Studi pada PT. Melia Sehat Sejahtera)”).	<i>Level Marketing</i> dalam penjualan suatu produk.	Ekonomi Syariah dan Hukum perlindungan konsumen.
6	Amilatus Sholikhah (2023)	“Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik <i>Multi Level Marketing</i> pada Bisnis Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso”	Sama–sama membahas tentang <i>Multi Level Marketing</i> .	Dalam penelitian ini difokuskan kepada status hukum menurut hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen.

B. Kajian Teori

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Di dalam istilah fiqh, jual beli diartikan dengan sebutan al-bai' (البيع), al-bai' sendiri berarti menjual, mengganti dan sekaligus juga berarti beli atau membeli.¹⁸ Secara etimologi, jual beli diartikan dalam bahasa Arab yaitu:

مُقَابَلَةُ الشَّيْءِ بِالشَّيْءِ

¹⁸ Wati Susiawati, *JUAL BELI DALAM KONTEKS KEKINIAN*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol 2, No 8, November 2017, 172

Artinya : “Pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain)”¹⁹

Adapun jual beli menurut istilah yaitu pertukaran barang dengan barang atau barang dan uang dengan cara saling melepaskan hak milik berdasarkan kesepakatan bersama.²⁰ Imam Taqiyuddin definisikan jual beli sebagai tukar menukar harta, saling menerima, dan dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara’.

Menurut Sayid Sabiq, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar keridhaan antara keduanya atau mengalihkan kepemilikan barang dengan kompensasi (pertukaran berdasarkan cara yang dibenarkan syara) atau mengalihkan kepemilikan barang.²¹

b. Dasar Hukum Jual Beli

Ada dasar hukum jual beli yang di sebutkan didalam al-Qur’an, hadist, mupun dengan ijma’. Dasar yang diisyaratkan dari tiga sumber tersebut adalah :

1) Al-Qur’an

Sumber yang berasal dari al-Qur’an disebutkan pada surah Al-Baqarah (2) : 275. Yaitu :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

¹⁹ Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah* (Bandung:CV PUSTAKA SETIA,2020), 73

²⁰ Wati Susiawati, *JUAL BELI DALAM KONTEKS KEKINIAN*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol 2, No 8, November 2017, 172

²¹ Ismail Pane, Hasan Syazali, Syaflin Halim, Karimuddin, Imam Asrofi, Muhammad Fadhlan Is, Kartini, Muhammad Saleh, Desi Asmaret, St. Habibah, Mohammad Ridwan, Fatmawati Sungkawaningrum, Anik Gita Yuana, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Aceh, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012), Januari 2020), 126-127

Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”²²

2) Hadist

Sumber yang berasal dari hadist Rasulullah SAW yaitu:

من رفاعة بن رافع ر.ع. أن النبي صلى الله عليه وسلم سُئِلَ عَنْ خَيْرِ الرِّزْقِ فَأَجَابَ؛
"إِنَّمَا لِإِنْسَانٍ يَعْمَلُ بِيَدِهِ, وَكُلُّ بَيْعٍ وَشُرَاءٍ مُمِرُّورٌ" (البزار, وتشریح الحاكم).

Artinya : “Dari Rifa’ah bin Rafi’ Ra. bahwasanya Nabi SAW ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, beliau menjawab ; seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur” (HR. Al-Bazzar dan di tashih oleh Hakim)

3) Ijma’

Ijma’ berarti kesepakatan antara ulama’. Adapun dasar ijma’ tentang kebolehan ijma’ adalah sebagaimana yang telah diterangkan oleh Ibnu Hajar al-Asqolani di dalam kitabnya *Fath al-Bari* yaitu telah terjadi ijma’ oleh orang-orang islam tentang kebolehan jual beli dan hikmah jual beli adalah kebutuhan manusia tergantung pada sesuatu yang ada di tangan pemiliknya terkadang tidak begitu saja memberikan kepada orang lain. Berdasarkan keterangan tersebut, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh).²³

c. Rukun Jual Beli

²² Al-Qur’an, Terjemah, dan Tafsir Jabal Raudatu Jannah, Bandung, 2010

²³ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Journal Bisnis, Vol.3, No,2m 2015, 240-243.

Arkan adalah bentuk jamak dari kata rukun. Rukun sesuatu berarti sisnya yang paling kuat, sedangkan *Arkan* berarti hal-hal yang harus ada untuk terwujudnya satu akad dari sisi luar. Rukun jual beli ada tiga yaitu sebagai berikut :

1) Ijab dan Kabul

a) Pengertian Ijab dan Kabul

Pengertian ijab menurut Hanafiah adalah menetapkan perbuatan yang khusus yang menunjukkan kerelaan yang timbul pertama dari salah satu pihak yang melakukan akad. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa ijab adalah pernyataan yang disampaikan pertama oleh satu pihak yang menunjukkan kerelaan, baik dinyatakan oleh si penjual, maupun si pembeli. Adapun pengertian kabul adalah pernyataan yang disebutkan kedua dari pembicaraan salah satu pihak yang melakukan akad.

Menurut Jumhur Ulama, selain Hanafiah, pengertian

Ijab adalah pernyataan yang timbul dari orang yang memberikan kepemilikan, meskipun keluarnya belakangan.

Sedangkan pengertian kabul adalah pernyataan yang timbul dari orang yang akan menerima hak milik meskipun keluarnya pertama.

Dari pengertian ijab dan kabul yang dikemukakan oleh jumhur ulama tersebut dapat dipahami bahwa penentuan

ijab dan kabul bukan dilihat dari siapa yang lebih dahulu menyatakan, melainkan dari siapa yang memiliki dan siapa yang akan memiliki.

Dalam konteks jual beli, yang memiliki barang adalah penjual, sedangkan yang akan memilikinya adalah pembeli. Dengan demikian, pernyataan yang dikeluarkan oleh penjual adalah ijab, meskipun datangnya belakangan, sedangkan pernyataan yang dikeluarkan oleh pembeli adalah kabul, meskipun dinyatakan pertama kali.

b) Shighat Ijab dan Kabul

Shighat akad adalah bentuk ungkapan dari ijab dan kabul apabila akadnya akad iltizam yang dilakukan oleh dua belah pihak, atau ijab saja apabila akadnya akad iltizam yang dilakukan oleh satu pihak. Para ulama sepakat bahwa landasan untuk terwujudnya suatu akad adalah timbulnya sikap yang menunjukkan kerelaan atau persetujuan kedua belah pihak untuk merealisasikan kewajiban di antara mereka, yang oleh para ulama disebut shighat akad.

Dalam shighat akad disyaratkan harus timbul dari pihak-pihak yang melakukan akad menurut cara yang dianggap sah oleh syara'. Cara tersebut adalah bahwa akad harus menggunakan lafal yang menunjukkan kerelaan dari masing-masing pihak untuk saling tukar-menukar

kepemilikan dalam harta, sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku.

Menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah, baik akad jual beli maupun akad nikah, hukumnya sah dengan menggunakan lafal *astid'a'* (amar atau istifham), karena yang terpenting dalam akad jual beli itu adalah kerelaan.

2) Aqid (penjual dan pembeli)

Rukun jual beli yang kedua adalah 'aqid atau orang yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli. Secara umum, penjual dan pembeli harus orang yang memiliki ahliyah (kecakapan) dan wilayah (kekuasaan). Persyaratan penjual dan pembeli secara terperinci akan diuraikan dalam pembahasan berikutnya, yaitu mengenai syarat-syarat jual beli.

3) Ma'qud 'alaih (Objek Akad Jual Beli)

Ma'qud 'alaih atau objek akad jual beli adalah barang yang dijual (*mabi'*) dan harga/uang (*tsaman*). Uraian lebih

lanjut mengenai ma'qud 'alaih ini juga akan dijelaskan dalam pembahasan mengenai syarat-syarat jual beli.²⁴

d. Syarat Jual Beli

Didalam jual beli terdapat empat macam syarat yaitu yang pertama saat terjadinya syarat (*in'iqad*), yang kedua saat sahnya akad, yang ketiga saat terlaksananya akad (*nafadz*), dan yang

²⁴ Hariaman Surya Siregar, Koko Khoeruddin, *Fikih Muamalah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2019, 122-126.

terakhir yaitu saat lujum. Secara umum adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli gharar (terdapat unsur penipuan).

Jika jual beli tidak memenuhi syarat terjadinya akad, maka akad tersebut dianggap batal. Jika tidak memenuhi syarat sah akad, menurut ulama Hanafiyah akad tersebut fasid (terdapat unsur yang tidak jelas). Jika tidak memenuhi syarat nafadz, maka akad tersebut disebut mauquf yang cenderung boleh. Jika tidak memenuhi syarat lujum, maka akad tersebut mukhayyir (pilih-pilih), baik khiyar untuk menetapkan maupunn juga membatalkan.²⁵

e. Jual Beli yang Dilarang dalam Islam

Jual beli yang dilarang dalam Islam sangatlah banyak. Jual beli yang dilarang di dalam Islam yaitu sebagai berikut:

- 1) Jual beli terlarang karena objeknya merupakan barang terlarang juga seperti kotoran hewan dan sperma hewan, khomr, bangkai, babi, dan berhala.
- 2) Jual beli dengan riba yakni seperti 'bai' al-inah' yakni seseorang menjual barang secara tidak tunai kepada seorang pembeli, kemudian ia membelinya lagi dari pembeli tadi secara tunai dengan harga lebih murah. Tujuan dari transaksi ini adalah

²⁵ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Journal Bisnis, Vol.3, No,2m 2015, 244-245.

untuk mengakal-akali supaya mendapat keuntungan dalam transaksi utang piutang.

- 3) Jual beli tadlis, tadlis dapat diartikan yaitu tidak menjelaskan sesuatu, menutupinya, atau aliran dari penipuan
- 4) Jual beli dengan maisir atau judi seperti jual beli kupon togel dimana uang yang diperoleh dari untung-untungan, spekulasi, dan ramalan atau terkaan dan bukan diperoleh dari bekerja secara halal.
- 5) Jual beli barang yang belum diterima, yaitu jual beli barang yang belum ada ditangan karena baru saja dibeli.
- 6) Jual beli sistem ijon, misalnya jual beli padi yang belum di panen bahkan belum berbuah.²⁶

f. Macam-macam Jual Beli

Jual beli berdasarkan pertukarannya secara umum dibagi empat macam yaitu :

- 1) Jual beli saham (pesanan)

Jual beli saham yaitu jual beli melalui pesanan, yakni jual beli dengan cara menyerahkan terlebih dahulu uang muka kemudian barangnya diantar belakangan.

- 2) Jual beli muqayadhah (barter)

Jual beli muqayadhah adalah jual beli dengan cara menukar barang dengan barang seperti menukar baju dengan sepatu.

²⁶ Siti Choiriyah, *Mua'amalah (jual beli dan Selain Jual Beli) Sukoharjo, Centre for Developing Academic Quality (CDAQ) STAIN Surakarta, Juni 2019, 25-26.*

3) Jual beli muthlaq

Jual beli mutlaq adalah jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat pertukaran seperti uang.

4) Jual beli alat penukar dengan alat penukar

Jual beli alat penukar dengan alat penukar adalah jual beli barang yang bisa dipakai sebagai alat penukar dengan alat penukar lainnya, seperti uang perak dengan uang emas. Berdasarkan segi harga jual beli di bagi pula menjadi empat bagian yaitu :

- a) Jual beli yang menguntungkan (al-murabbahah)
- b) Jual beli yang tidak menguntungkan yaitu menjual dengan harga aslinya (at-tauliyah)
- c) Jual beli rugi (al-khasarah)
- d) Jual beli al-musawah, yaitu penjual menyembunyikan harga aslinya tetapi kedua orang yang akad saling meridhoi, jual beli seperti inilah yang berkembang sekarang²⁷

2. Air Milagros

Air Milagros bukanlah air mineral pada umumnya melainkan air milagros ialah air alkali yang ber-pH tinggi dengan segala kemurniannya. Didalam air milagros terdapat pH yang super stabil yaitu >9.8 yang sangat baik untuk membuang limbah asam di dalam tubuh. Air milagros memiliki sifat radikal bebas yang masuk kedalam

²⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung:CV PUSTAKA SETIA,2020), 101-102.

tubuh. Selain itu, air milagros memiliki kemampuan *Micro Cluster* yang cepat menyerap dalam aliran darah dan dengan cepat menggantikan sel darah yang rusak.

Adapun keunikan pada air milagros yaitu air yang tidak dimiliki air mineral lainnya, yaitu tertanam *Scalar Energy* yang mampu meningkatkan daya tahan tubuh dalam melawan penyakit.²⁸ Didalam produk milagros pada saat ini bukan hanya air milagros saja melainkan sudah berkembang, ada *Collagen*, *skincare*, sabun sehat, dan obat tetes mata.²⁹

Agen resmi perusahaan milagros yang menjual produk dari perusahaan milagros berupa air minum kesehatan yaitu Stokis Milagros Indonesia.³⁰ Perusahaan induk milagros bernama PT. Milagros Indonesia Megah. Perusahaan ini berlokasi di Bandung, Jawa Barat.³¹

Penjualan produk air milagros ini biasanya 1 dus untuk awal pembelian seharga Rp.450.000,- berisi 12 botol dan free kartu member seumur hidup. Dan setelah pembelian pertama 1 dus dan mendapatkan kartu member, maka pembelian selanjutnya untuk 1 dus ada harga diskon yaitu Rp.400.000,- dan cashback 30.000 otomatis masuk ke

²⁸ Milagros, <https://mim.id/ref/th40fb041db0> diakses pada 1 April 2024.

²⁹ Milagros, www.milagros.co.id diakses pada 1 April 2024.

³⁰ Fitri Utami, "*Mekanisme Pemberian Bonus Di Stokis Milagros Indonesia Megah Kediri Perspektif Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Pemjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*". Skripsi IAIN Kediri, 2021, IX.

³¹ Milagros, www.milagros.co.id diakses pada 1 April 2024.

rekening. Harga produk satuan air milagros biasa dijual dengan harga Rp. 45. 000.

Air ini dipercaya untuk obat terapi penyakit. Macam penyakit yang bisa diterapi oleh air milagros yaitu kolesterol, asam urat, diabetes, darah tinggi, stroke, asma, TBC, paru-paru, jantung, batuk, pilek, demam, vertigo, migrain, maag, asam lambung, liver, typus batu ginjal, batu empedu, usus buntu, herpes, muntaber, ambeyen, tumor, miom, kista, kanker serviks, kanker rahim, kanker parudara, kanker otak, sakit gigi, mata minus/plus, mata silinder, katarak, luka/penyakit kulit.³²

3. *Multi Level Marketing*

a. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing atau biasa disingkat menjadi MLM adalah strategi pemasaran pada penjualan berjenjang. Bisnis MLM ini adalah suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menjual produk juga dengan mencari seller (anggota penjual baru) yang akan ikut bergabung ke dalam bisnis yang dijalankan.

Anggota penjual baru yang baru bergabung ini tentunya akan dilatih terlebih dahulu, pelatihan dalam anggota baru ini guna supaya anggota baru dapat bisa belajar cara mendapatkan komisi juga bonus yang ada pada penjualan suatu produk. Dengan kata lain bahwa *Multi Level Marketing* adalah pemasaran berjenjang

³² Stikes Milagros Online, www.sites.google.com diakses pada 1 April 2024

melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran.³³

b. Sistem Kerja *Multi Level Marketing*

Secara umum, cara kerja dalam bisnis *Multi Level Marketing* adalah sebagai berikut :

- 1) Setiap orang akan mendapat keuntungan dari aktifitas jual beli yang dilakukannya. Jika dia ingin mendapatkan reward yang lebih besar, maka dia bisa membangun organisasi yang lebih besar pula.
- 2) Mereka yang ada di bawah, tetapi bisa membangun organisasi yang lebih besar daripada yang mengajaknya, maka yang bersangkutan memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada orang yang mengajaknya di atas.
- 3) Jika pada periode tertentu seorang mitra tidak melakukan pembelian produk, maka dia tidak akan mendapatkan keuntungan walau pun jalur dibawahnya menghasilkan omzet yang tidak terhingga.
- 4) Setiap orang yang bergabung dengan bisnis *Multi Level Marketing* dan ingin mendapatkan *reward* yang lebih besar, maka dia harus berperan sebagai *seller* dengan membeli sejumlah produk yang memenuhi syarat untuk mendapatkan

³³ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016, 106.

bonus, dan dia juga harus mensponsori orang lain agar terbentuk organisasi bisnis yang bisa menghasilkan omzet.³⁴

c. Dampak Negatif dan Positif *Multi Level Marketing*

1) Dampak Negatif *Multi Level Marketing*

Dampak negatif *Multi Level Marketing*, di antaranya yaitu : obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem ini, suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup hedonis ketika mengadakan acara rapat dan pertemuan bisnis, banyak yang keluar dari tugas dan pekerjaan tetapnya karena terobsesi akan mendapat harta yang banyak dalam waktu singkat.

2) Dampak Positif *Multi Level Marketing*

Dampak positif *Multi Level Marketing* dinilai sebagai metode pemasaran yang lebih efisien dan efektif pada tingkat retail (penjualan eceran) karena besarnya dan luasnya gerakan individu yang melancarkan program marketing ini dibandingkan sistem pemasaran biasa. *Multi Level Marketing* atau *Network Marketing* merupakan sistem pendistribusian barang atau jasa lewat suatu jaringan atau orang-orang yang independen, kemudian orang-orang ini akan mensponsori

³⁴ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016, 109.

orang-orang lain untuk membantu-meneruskan lewat satu atau beberapa tingkat pemasukan.³⁵

d. Kelebihan dan Kekurangan *Multi Level Marketing*

Kelebihan dari bisnis *Multi Level Marketing* yakni sebagai berikut:

- 1) Adanya penawaran peluang kepada para pengusaha
- 2) Strategi yang hemat biaya
- 3) Jadwal yang fleksibel atau kapan saja
- 4) Membantu untuk mengembangkan keterampilan dalam berkomunikasi
- 5) Bimbingan

Adapun kekurangan dari bisnis *Multi Level Marketing* ini yakni sebagai berikut:

- a) Adanya ancaman penipuan
- b) Pendapatan *Multi Level Marketing* yang rendah dikarekan pesaing yang tinggi
- c) Tingkat pertumbuhan yang lambat
- d) Kepercayaan masyarakat yang rendah terhadap bisnis *Multi Level Marketing*
- e) Kurangnya pelatihan dan dukungan.

³⁵ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*", JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016, 111.

Adapun contoh bisnis *Multi Level Marketing* yang ada di Indonesia yaitu *Tupperware, tiens, Amway, NU skin, Oriflame, dan Milagros*.³⁶

4. Hukum Ekonomi Syariah

Sebagian orang pada saat ini mengira bahwa bisnis dengan menggunakan metode *Multi Level Marketing* ini semacam dengan penipuan, dikarenakan bisnis ini menggunakan sistem piramida. Ada perbedaan diantara sistem piramida dalam bisnis ini yaitu antara piramida berkedok *Multi Level Marketing* dengan *Multi Level Marketing* dari segi core nya. Dari sistem piramida dari bisnis *Multi Level Marketing* yang benar core nya itu menjual produk yang berarti keuntungan didapatkan dari menjual produk tersebut, produk yang di perjual belikan dipastikan dapat bersaing dengan sehat secara harga juga dengan kualitas di pasar.

Berbeda dengan sistem penjualam yang berkedok *Multi Level Marketing*, biasanya produk yang diperjual belikan adalah produk gimmick dan mungkin produknya tidak bermutu bahkan ada yang sama sekali tidak menjual produknya. Lalu dari mana keuntungan yang didapatkan? Jadi keuntungan yang didapatkan dari pertambahannya downline. Simplenya, jika downline semakin banyak pertambahan downline nya maka semakin banyak juga keuntungannya.

³⁶ Ari Handoyo dan Tim Penulis Daya, *Contoh Bisnis MLM Terpercaya di Indonesia, Multi Level Marketing*, www.dayaid.com diakses 1 Februari 2024

Pada dasarnya didalam Hukum Ekonomi Syariah ketika bermuamalah itu diperbolehkan, selagi tidak ditemukan alasan dasar yaitu yang mengandung keharaman. Alasan dasar yang mengandung keharaman pada praktek bisnis yaitu pada dasarnya dikarenakan adanya riba, judi, gharar, cacat yang disembunyikan pada barang. Alasan dasar tersebut mengandung sebab yaitu sebab dari unsur ketidaktahuan.

Di antara kriteria *Multi Level Marketing* Syariah adalah tidak termasuk *money game* (skema piramida), ada objek transaksi riil yang halal, tidak ada *excessise mark up* dan eksploitasi, dan komisi berdasarkan pada prestasi kerja. Di antara contohnya, perusahaan *Multi Level Marketing* memiliki sertifikat dari regulator, asosiasi terkait dan sertifikat DSN MUI.³⁷

Secara khusus Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) menyebutkan beberapa rambu-rambu tambahan, yaitu :

- a. Ada objek transaksi riil yang halal diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
- b. Tidak ada *excessise mark up* dan eksploitasi, sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas yang diperoleh.
- c. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja

³⁷ Iqbal Munif Arifin, *Multi Level Marketing (MLM) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, www.kumparan.com, diakses pada 1 Februari 2024

- nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.
- d. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
 - e. Di antara skema yang diberlakukan adalah skema Bai' yang merujuk pada Fatwa No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah, skema Wakalah bil Ujah yang merujuk pada Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 Wakalah bil Ujah pada Asuransi Syariah, skema Ju'alah merujuk pada Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad Ju'alah, dan akad Ijarah merujuk pada Fatwa No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan Ijarah.³⁸

5. Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen bagi bisnis *Multi Level*

Marketing mencakup berbagai aspek untuk memastikan bahwa peserta dalam bisnis tersebut dilindungi dari praktik yang tidak etis atau merugikan. Di Indonesia, Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 merupakan undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Undang-undang ini menetapkan beberapa

³⁸ Fatwa DSN-MUI, no.4/IV/2000 tentang Penerapan Hak, Pembelian Harus Sah dan Bebas Dari Riba

kebijakan dan perlindungan bagi konsumen, termasuk yang terkait dengan perusahaan *Multi Level Marketing*.

Meskipun undang-undang ini tidak secara khusus merujuk pada perusahaan *Multi Level Marketing*, namun prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya tetap berlaku untuk perusahaan tersebut.

Berikut beberapa poin relevan dari undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia, pada bab III pasal 4 yaitu tentang hak konsumen yaitu dalam poin-poin sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan dalam dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.³⁹

Hak konsumen tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) **Transparansi dan Informasi** : perusahaan *Multi Level Marketing* harus memberikan informasi yang jelas, lengkap, dan akurat kepada konsumen, termasuk struktur bisnis, metode pengoperasian, kebijakan pengembalian, jaminan produk.
- 2) **Perlindungan dari praktik curang dan tidak etis** : Undang-undang melarang praktik curang, perilaku menyesatkan atau tidak etis yang merugikan konsumen. Perusahaan *Multi Level Marketing* harus menjalankan bisnisnya dengan integritas, transparansi, dan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku.
- 3) **Hak Mengajukan Pengaduan** : konsumen berhak mengajukan pengaduan jika merasa dirugikan oleh perusahaan *Multi Level Marketing*. Perusahaan *Multi Level Marketing* harus menyediakan mekanisme yang efektif untuk mengatasi keluhan tersebut.
- 4) **Perlindungan terhadap produk di bawah standar** : produk yang ditawarkan perusahaan *Multi Level Marketing* harus memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan. Konsumen berhak

³⁹ UU no.8 pasal 4 bab III Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menerima produk yang memenuhi deskripsi dan standar yang dijanjikan.

- 5) Pengawasan dan penegakan: pemerintah wajib memantau dan menegakkan undang-undang perlindungan konsumen, termasuk yang terkait dengan perusahaan *Multi Level Marketing*. Pelanggaran terhadap undang-undang ini dapat mengakibatkan sanksi hukum.

Poin-poin tersebut mencakup prinsip-prinsip yang ditegakkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia.⁴⁰

Perlindungan konsumen harus mendapatkan perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, dimana ekonomi Indonesia juga berkaitan dengan ekonomi dunia. Persaingan Internasional dapat membawa aplikasi negatif bagi konsumen. Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang berkualitas rendah, akan tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan masyarakat.⁴¹

Adapun dalam pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat sejumlah asas yang terkandung didalam usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan

⁴⁰ UU no.8 pasal 4 bab III Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁴¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group,2013), 21.

dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- a) Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c) Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dalam arti materiil dan spirituil.
- d) Asas keamanan dan kesehatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e) Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁴²

⁴² Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen didalam buku oleh Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (UIN Walisongo Semarang, 2015-2019), 28-29.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang dilakukan oleh peneliti dalam upaya mengumpulkan data penelitian sesuai dengan standar ukuran yang telah ditentukan. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitiannya yaitu penelitian hukum empiris tentang hukum dan jenis penelitian ini bersifat penelitian lapangan, karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi data yang ditemukan dilapangan atau data yang diperoleh ketika peneliti berinteraksi dengan masyarakat.⁴³ Salim HS dan Erlies Septiana Nurbaini, menguraikan tentang penelitian hukum empiris bahwa “penelitian hukum yang mengkaji dan menganalisis hukum individu atau masyarakat dalam kaitannya dengan hukum dan sumber data yang digunakan berasal dari data premier”.⁴⁴

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi hukum, pendekatan studi kasus, dan pendekatan perundang-undangan.

Pendekatan yang digunakan yaitu jenis penelitian hukum yang menganalisis

⁴³ Dr. Muhaimin, SH, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, 2020, 84

⁴⁴ Salim HS, dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013,21.

dan mengkaji bekerjanya dan pentingnya hukum dalam masyarakat.⁴⁵ Peneliti dalam mengumpulkan data bersifat emic, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti.

Metode penelitian hukum empiris digunakan untuk mendapat data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak dari masyarakat. Dalam penelitian ini mendeskripsikan melalui wawancara-wawancara yang mendalam terhadap subjek penelitian sehingga mendapat gambaran yang jelas terkait judul, yaitu jual beli air milagros dengan metode Multi Level Marketing menurut hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian, terutama untuk mengetahui bagaimana peristiwa yang terjadi agar mendapat data-data yang akurat dalam penelitian. Penelitian ini akan dilakukan kepada beberapa konsumen (penjual) dan pembeli yang ada di Desa

Selok Awar-Awar Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang. Alasan peneliti mengambil lokasi ini yaitu karena jumlah peminat milagros dan produsen didesa ini banyak peminat yang menggunakan air milagros untuk pengobatan mereka. Bukan hanya itu alasan peneliti meneliti didesa ini yaitu berkesempatan berkontribusi di desa tersebut.

⁴⁵ Dr. Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, *Mataram University Press*, 2020, 80.

D. Subyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan uraian meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa saja yang hendak dijadikan informan dan bagaimana data akan diperoleh dan dijamin sehingga validasinya dapat dijamin.⁴⁶ Subjek penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, yang mana informan yang dipilih adalah masyarakat atau orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga akan memudahkan peneliti melakukan penelitian. Berikut data yang ada didalam penelitian yaitu :

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang berupa informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumbernya. Istilah data primer juga merujuk kepada data asli atau data yang baru diperoleh, dalam hal ini yaitu kekinian. Sumber data yang ada pada penelitian hukum empiris yaitu berasal dari data lapangan. Data lapangan merupakan data yang berasal dari responden dan informan sebagai narasumber.⁴⁷

Oleh karena itu, proses pengumpulan data primer dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung atau terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, termasuk melalui wawancara. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara kepada

⁴⁶ Tim Revisi Buku Pedoman Karya Ilmiah UIN KHAS Jember, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember : UIN KHAS Jember Press, 2022), 47

⁴⁷ Dr. Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, *Mataram University Press*, 2020,

Leader, Distributor dan Konsumen Air Milagros. Tidak hanya itu peneliti juga mewawancarai tokoh agama yang ada pada lokasi penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang sudah ada dengan mempelajari buku-buku tentang jual beli atau buku fiqh muamalah, jurnal, skripsi, dokumen-dokumen, penelitian hukum islam yang membahas tentang jual beli metode *Multi Level Marketing*, dan peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya.

3. Data Tersier

Data tersier yaitu bahan hukum pelengkap yang dapat memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, internet atau website dan sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Strategi atau langkah utama yang paling penting dalam penelitian adalah suatu teknik pengumpulan data karena hal tersebut merupakan tujuan awal penelitian untuk menemukan bahan hukum, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data sesuai standard yang diterapkan. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), studi kepustakaan, dan dokumentasi.⁴⁸

⁴⁸ Tim Revisi Buku Pedoman Karya Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember : UIN KHAS Jember Press, 2022), hlm 95.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

a. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung kelengkapan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang diteliti. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam membuat sebuah karya ilmiah. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan data terhadap aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan.⁴⁹ Observasi ini digunakan untuk mengetahui gambaran tentang bagaimana proses jual beli dengan metode *Multi Level Marketing* di kalangan masyarakat. Sehingga hasil dari observasi ini dapat mengungkap tentang proses jual beli metode *Multi Level Marketing* di lakukan dengan benar dan jujur.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam

⁴⁹ Thalha Alhamid dan Budur Anufia, *INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*, (STAIN) Sorong, 2019, 1

tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.⁵⁰

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan itu juga sangat penting bagi peneliti. Karena yang dilakukan ketika studi kepustakaan yaitu membaca buku-buku, mempelajari, dan mencatat apa yang telah ditemukan sesuai dengan judul yaitu analisis jual beli air milagros dengan metode multi level marketing menurut hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa peraturan perundang-undangan, dokumentasi hasil wawancara, dan dokumentasi hasil kepustakaan.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Dengan cara memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung. Pada saat wawancara, peneliti sudah

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2017), 231-232

melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai diperoleh data yang dianggap kredibel. Setelah peneliti memahami dari hasil wawancara tersebut maka peneliti akan melakukan kesimpulan terhap apa yang sudah diwawancarai.

G. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sering ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji data yang dimaksud adalah uji triangulasi data.

Oleh karena itu, peneliti menguji memastikan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi yaitu pengecekan ulang baik sebelum dan atau sesudah data dianalisis.⁵¹ Triangulasi merujuk pada penggunaan beberapa metode, sumber data, atau kerangka teoritis untuk memeriksa dan menginterpretasikan sebuah fenomena atau set data. Dengan kata lain, triangulasi adalah pendekatan untuk “memeriksa dari berbagai sudut” agar hasil penelitian lebih valid dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi, karena di dalam teknik ini merupakan teknik kumpulan untuk mengecek kebenaran

⁵¹ I Made Pasek Diantha, Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum (Jakarta: Prenada Media Grup, 2017), 152

atau informasi suatu data satu dengan data lain yang diperoleh peneliti dari berbagai hasil narasumber dan juga hasil dari wawancara.

H. Tahap-tahap Penelitian

Terdapat beberapa tahap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu tahap pra lapangan dan tahap kerja lapangan.

1. Tahap Pra Lapangan

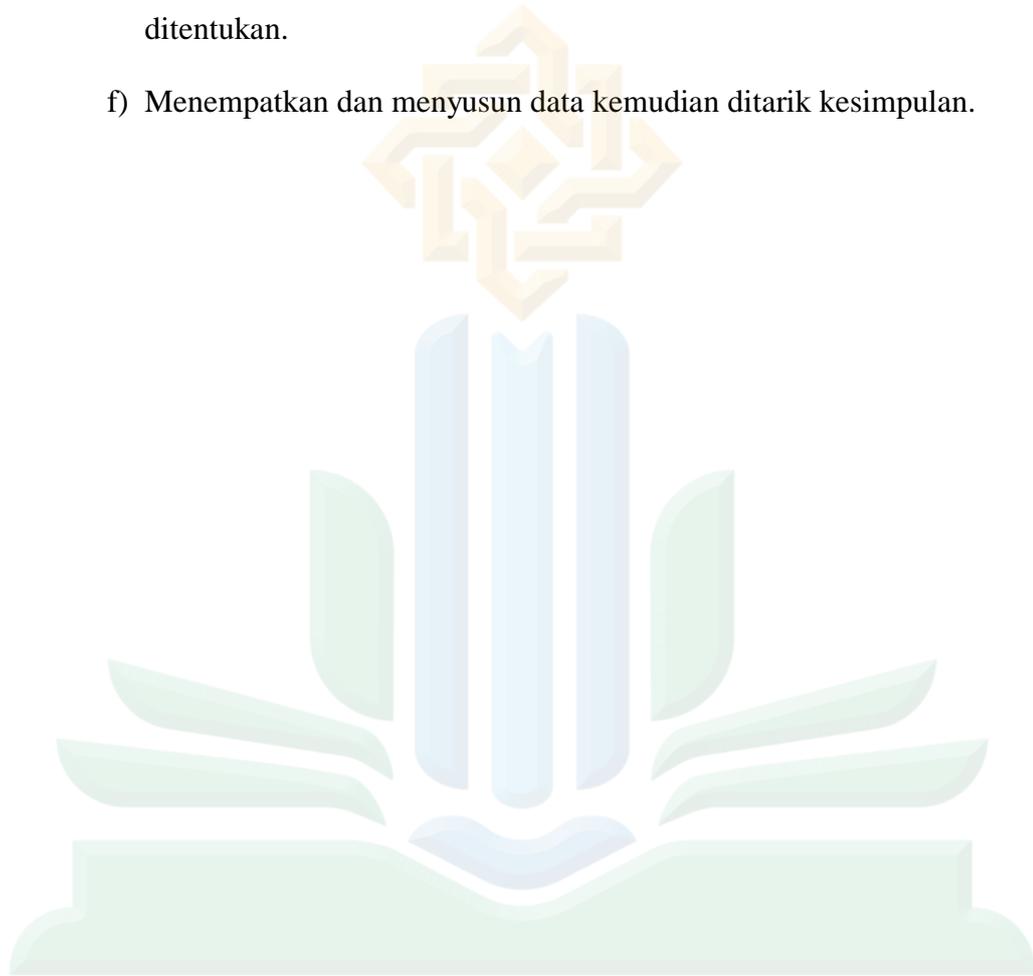
Tahap-tahap yang dilakukan pada saat pra lapangan antara lain:

- a) Menyusun rencana penelitian
- b) Menentukan objek penelitian
- c) Melakukan peninjauan atas objek penelitian
- d) Mengajukan judul yang telah dilengkapi dengan latar belakang serta fokus penelitian
- e) Meninjau kajian pustaka dengan cara mencari referensi tentang penelitian terdahulu serta kajian teori yang berkaitan dengan judul penelitian yang akan dilakukan
- f) Menyiapkan apa yang dibutuhkan saat melakukan penelitian seperti alat tulis, dan kamera untuk dokumentasi.

2. Tahap Kerja Lapangan

- a) Memahami latar belakang dan tujuan penelitian terhadap objek penelitian.
- b) Memasuki lapangan objek penelitian.
- c) Mencari informasi atau data dari narasumber yang telah ditentukan sebelumnya.

- d) Melakukan pengumpulan data.
- e) Menganalisis data secara sistematis sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan.
- f) Menempatkan dan menyusun data kemudian ditarik kesimpulan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Desa Selok Awar-Awar, Pasirian-Lumajang

Desa selok awar-awar merupakan salah satu lokasi penambangan pasir besi di Kabupaten Lumajang. Selok Awar-Awar adalah desa yang berada di kecamatan Pasirian, kabupaten Lumajang, Jawa Timur, Indonesia. Jarak desa ini dengan kota Lumajang berjarak sejauh 18 km. Nama desa ini berasal dari bahasa jawa yaitu selok awar awar yang berarti cincin yang ada di pohon awar-awar.

Selok awar- awar memiliki 1 destinasi wisata yang biasa di cari oleh wisatawan yaitu pantai watu pecak yang terletak dibagin selatan dari desa selok awar-awar sendiri dikarenakan memang desa ini memiliki potensi utama sektor wisata. Pada tahun 2023, jumlah penduduk desa selok awar-awar berjumlah 8.078 jiwa dan kepala keluarga berjumlah 2.873.⁵²

2. Letak Geografis

Desa selok awar awar terletak pada bagian selatan kabupaten lumajang yang terhubung langsung dengan samudra hindia. Luas desa ini mencapai 14,78km² dengan koordinat geografis 8°14'59.2944" LS dan 113°8'28.2408" BT. Dengan kondisi cuaca antara 24° C – 34° C.

⁵² Publikasi- Badan Pusat Statistika kabupaten Lumajang <https://www.selokawarawar-pasirian.lumajangkab.go.id/index.php/first/artikel/1> diakses pada tanggal 2 oktober 2024 pukul 09.20.

3. Gambaran Umum Air Milagros

Air milagros adalah air minum ber-PH (*power of Hydrogen*) tinggi dan super stabil yang dapat menyembuhkan segala penyakit secara bertahap. Didalam air tersebut terdapat *Micro Cluster* yang cepat menyerap dalam aliran darah dan dapat dengan cepat menggantikan sel darah yang rusak. Selain itu, ada *Scalar energy* yang mampu meningkatkan daya tahan tubuh dalam melawan penyakit. Air milagros dipercaya dapat menyembuhkan segala penyakitm berikut manfaat dari meminum air milagros :

- a. Memperlancar sistem pencernaan
- b. Mencegah kanker, batu ginjal, dan hati
- c. Perawatan kecantikan
- d. Untuk kesuburan
- e. Menyehatkan jantung, tekanan darah.
- f. Sebagai obat stroke dan asam urat
- g. Efek relaksasi mengurangi stres
- h. Menurunkan lemak dan kolesterol
- i. Meredakan penyakit kulit dan mata
- j. menyeimbangkan tubuh

Air milagros memiliki harga jual seperti berikut :

Table 1.2

Harga Jual Air Milagros

Harga per dus	450.000,00
Harga eceran	45.000,00

Berikut adalah bentuk kemasan dari Air Milagros :

Gambar 1.1

Kemasan Air Milagros



Activate Windows
Go to Settings to activate
sumber: milagros.co.id

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data berasal dari hasil peneliti yang dilakukan di desa Selok Awar - Awar, Lumajang, penelitian ini ditunjukan untuk memperoleh data mengenai metode jual beli Air Milagros dalam hukum ekonomi syariah dan hukum perlindungan konsumen di desa Selok Awar-Awar, Lumajang. Melihat di desa ini banyak orang yang belum memahami metodanya dan pandangan hukum dari produk Air Milagros.

1. Sistem Penjualan Air Milagros , Tanggapan Produsen dan Konsumen Mengenai Air Milagros dan Metode Penjualannya

Sistem penjualan yang digunakan pada produk air milagros ini tidak lain adalah sistem penjualan dengan metode *Multi Level Marketing*.

Bapak Imron Hamzah selaku Leader pada penjualan air milagros ini mengatakan bahwa :

“Didalam Milagros sistem yang digunakan adalah seperti *Multi Level Marketing* pada umumnya, dimana disetiap pembelian produk akan mendapatkan reward berupa saldo, mendapatkan bonus generasi, mendapatkan bonus pasangan. Dan diluar penjualan air milagros juga mendapatkan keuntungan dari penjualan produk tersebut, seperti mengetahui manfaat air milagros begitu bermanfaat bagi orang yang mengkonsumsinya dan dapat menyembuhkan penyakit secara bertahap”⁵³

Serupa dengan apa yang disampaikan bapak Imron Hamzah, ibu Hesti Karunia Dewi juga menjawab selaku distributor dari penjualan air milagros, beliau mengatakan bahwa :

“Didalam penjualan milagros ini menggunakan sistem *Multi Level Marketing*, yang nantinya akan dilakukan pemasaran dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat untuk mengenalkan manfaat yang ada pada air milagros yang dilanjutkan dengan demo khasiat produk didepan masyarakat secara langsung”⁵⁴

Pada sistem penjualan air milagros yang di jelaskan oleh ibu Hesti Karunia Dewi mengenai dilakukannya dengan demo kepada masyarakat. Yang dimaksud demo kepada masyarakat adalah mengenalkan produk dan manfaat secara lansung kepada masyarakat. Berikut penjelasan mengenai sistem pemasaran *Multi Level Marketing* di era modern :

“Pada era modern ini, para distributor jarang turun langsung kepada masyarakat. Salah satu yang digunakan pada sistem demo ini yaitu dengan cara social media marketing, karena bukan hanya dapat dinilai lebih efektif bahkan dapat menguntungkan dibandingkan dengan melakukan penjualan secara langsung. Selain itu juga dapat mengkemat biaya, lebih mudah untuk melakukan promosi dengan menyebarkan beberapa testi-testi yang sudah terbukti dengan mengkonsumsi air milagros tersebut. Salah satu sistem media

⁵³ Imron Hamzah, diwawancarai oleh peneliti, lumajang 2 Oktober 2024

⁵⁴ Hesti Karunia Dewi, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 3 Oktober 2024

marketing yaitu seperti menyebarkan di facebook instagram dan juga whatsapp.”⁵⁵

Adapun tanggapan dari ibu Hesti Karunia Dewi mengenai tanggapan menggunakannya metode *Multi Level Marketing* pada penjualan air milagros yaitu sebagai berikut :

“Awalnya saya anti dengan yang namanya *Multi Level Marketing* ini, karena sebagian teman saya ada yang mempercayai bahwa *Multi Level Marketing* ini haram, karena meskipun kita tidak menjual produk orang yang kita rekrut sebelumnya (member) menjual produk dengan lancar dan kita mendapat fee nya dan itu tidak diperbolehkan dalam islam.”

Setelah memberikan tanggapan tersebut ibu Hesti Karunia Dewi melanjutkan tanggapannya bahwa :

“Masalah siapa yang untung dan rugi itu sebenarnya tidak ada yang dirugikan sama sekali, *Multi Level Marketing* ini tidak sepenuhnya buruk. *Multi Level Marketing* itu merupakan strategi yang bagus untuk memasarkan produk baru yang tidak dikenal masyarakat.”⁵⁶

Tanggapan Mengenai sah atau tidaknya pada metode *Multi Level Marketing* ini, bapak imron Hamzah berkata bahwa :

“Menurut saya sah-sah saja dan boleh saja dilakukannya metode *Multi Level Marketing* ini, selagi tidak menyimpang dari hukum islam dan tidak merugikan orang lain, bahkan saya pribadi merasa diuntungkan dalam penjualan produk milagros ini, saya merasa bermanfaat kepada orang lain karena produk ini sudah banyak dikonsumsi orang yang sakit, dan milagros sendiri memang manfaatnya sangatlah bagus.”

Kemudian ibu Hesti Karunia Dewi juga mengatakan mengenai tanggapan sah atau tidaknya *Multi Level Marketing* :

“kalau pendapatan dari hasil metode penjualan *Multi Level Marketing* ini sah-sah saja. Selagi tidak merugikan orang lain, penggunaan metode ini bisa disimpulkan baik asal sesuai tujuannya untuk memasarkan produk secara baik dan benar. Tetapi kalau keuntungan berdasarkan keuntungan member get member itu

⁵⁵ Hesti Karunia Dewi, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 3 Oktober 2024

⁵⁶ Hesti Karunia Dewi, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 3 Oktober 2024

menimbulkan kerugian salah satu pihak dan dapat menimbulkan tidak sahnya hukum jual beli tersebut”.

Selanjutnya, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti mengenai seberapa pengaruhnya produk ini jika dikonsumsi oleh konsumen.

Menurut ibu Hesti Karunia Dewi mengatakan bahwa :

“Selama saya gabung di Milagros, kebanyakan banyak yang sembuh dengan rutin mengkonsumsi milagros, karena kelihatannya memang seperti air biasa tetapi air milagros ini mengandung air alkali didalamnya yang memang dipercayai mampu menyembuhkan berbagai penyakit”.

Kemudian peneliti menanyakan soal adanya konsumen yang mengeluh atau tidak mengenai seseorang yang mengkonsumsi air milagros karena tidak adanya kesembuhan. Pertanyaan tersebut diajukan kepada ibu Hesti Karunia Dewi selaku distributor air milagros. Beliau mengatakan :

“Untuk mengeluh karena tidak cocok sih ada, tetapi yang mengeluh hanya salah satu saja, tidak banyak. Dan setelah lebih dalam kepada konsumen ya memang konsumsinya tidak secara rutin bahkan cara minumannya juga salah. Aturan minum yang ada pada milagros sebenarnya bebas tapi lebih baik dikonsumsi sebelum dan sesudah tidur atau sebelum dan sesudah makan. Namun terkecuali jika konsumen memiliki penyakit tertentu dan sakitnya udah lumayan lama jadi harus mengetahui bagaimana cara mengkonsumsi yang baik dan benar, agar air milagros bisa bekerja secara efektif dan optimal pada tubuh yang konsumsinya”.⁵⁷

Dilihat dari tanggapan diatas peneliti perlu mewawancarai konsumen. Sebab konsumen adalah bentuk tester atau testimoni yang nyata. Ada seorang tester yang bernama Nafil mengatakan bahwa :

“Awalnya saya tertarik untuk mengkonsumsi air milagros ini, karena memang banyak yang sembuh setelah mengkonsumsi air ini. Maka dari itu saya tertarik untuk konsumsinya juga”.

⁵⁷ Hesti Karunia Dewi, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 3 Oktober 2024

Selanjutnya peneliti menanyakan perbedaan dari sebelum mengkonsumsi dan sesudah mengkonsumsinya. Dari pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, Nafil mengatakan :

“Sebelum mengkonsumsi Milagros saya sering batuk dan sesak nafas bahkan bisa dikatakan tiap satu minggu kambuh dan sudah bolak-balik ke dokter. Periksa ke dokter ada hasilnya tapi tetap saja sering kambuh lagi. Kedokter bisa dibilang hanya untuk meredakan tidak menyembuhkan. Dan setelah mengkonsumsi Milagros secara rutin alhamdulillah hasilnya sangat memuaskan. Karena yang awalnya kambuh seminggu sekali sampai dua kali bahkan tiga kali, lantaran dengan mengkonsumsi air Milagros bisa satu bulan sekali. Sampai akhirnya setelah habis mengkonsumsi sebanyak 3 dus air Milagros Alhamdulillah berangsur-angsur mulai berkurang dan saya pun semangat untuk mengkonsumsi air Milagros secara terus menerus agar tubuh saya sehat kembali bisa beraktivitas seperti semula, karna setiap saya batuk sudah pasti disertai sesak nafas.”⁵⁸

Selanjutnya, peneliti mewawancarai pada konsumen lainnya yang telah terbukti menggunakan air milagros sebagai pengobatannya. Dalam hal ini tester atau bukti selanjutnya bernama ibu Putri, beliau mengatakan :

“Disini saya mengkonsumsi air milagros karena sakit lambung, dan dimulai mengkonsumsi air milagros itu diberitahu oleh saudara saya karena tetangganya terbukti sembuh. Dari 2018 sampai 2021 awal itu alhamdulillah sudah sembuh dan tidak tau habis berapa dus yang penting berjuang dan yakin bisa sembuh”⁵⁹

Peneliti selanjutnya menanyakan mengenai sebelum berobat dengan mengkonsumsi air milagros ini ibu Putri berobat kemana, dan ibu Putri menjawab :

⁵⁸ Nafil, diwawancari oleh peneliti, Lumajang 4 Oktober 2024

⁵⁹ Putri, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 4 Oktober 2024

“Sebelum tau dan mengkonsumsi air milagros ini saya sering kerumah sakit untuk berobat. Dari pihak rumah sakit sampai bilang jangan memakan makanan yang kasar terlebih dahulu, diusahakan memakan makanan yang halus seperti bubur. Jika ibu memakan makanan yang tidak halus maka lambungnya bisa tidak kuat dan bocor”.

Selanjutnya ibu Putri mengatakan :

“Perbedaan dari sebelum meminum dan sesudah meminum air milagros sebagai pengobatannya yaitu dari sebelum meminumnya saya tersiksa karena penyakit lambung memang susah untuk bangkit beraktivitas dan juga sering bolak-balik rumah sakit. Ketika mengkonsumsi air milagros kira-kira dapat 8 dus itu sudah jarang kerumah sakit dan makan pun aman. Setelah jarang kerumah sakit memutuskan untuk terus mengkonsumsi air milagros sebagai pengobatan utama”.

Selanjutnya ibu Putri mengatakan mengenai kepuasan dalam mengkonsumsi air milagros :

“Saya sangat puas, air milagros benar-benar top”.⁶⁰

Adapun tester selanjutnya beliau bernama Widya. Konsumen ini sedang berada di bangku SMA, dan mempunyai permasalahan pada *Cholesterol* dan Gula Darah yang tinggi karena itu kesulitan untuk belajar

dan sering izin tidak masuk sekolah . Widya telah diwawancarai oleh peneliti beliau mengatakan :

“Iya betul saya menggunakan air milagros untuk pengobatan sehari-hari saya. Saya mempunyai permasalahan pada *Cholesterol* dan Gula Darah yang sering naik turun. Sering *Chek Up* ke dokter dan biasanya gula darah naik sampai 355 dan normalnya itu 120. Pada bulan Maret 2023 saya memutuskan untuk mengkonsumsi air milagros. Saya mengenal air milagros ini awalnya dari salles yang datang kerumah-rumah warga. Dan iseng saya mencoba habis 1 1/5 dus itu udah normal kembali ketika *check up* ke dokter.

⁶⁰ Putri, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 4 Oktober 2024

Selanjutnya, Widya juga mengatakan mengenai perbedaan dari sebelum dan sesudah mengkonsumsi air milagros :

“Perbedaannya ada, dari hasil saja sudah keliatan bahwa setelah mengkonsumsi air milagros ini menjadi sembuh , *Cholesterol* dan Gula Darah tidak naik turun secara drastis lagi”.⁶¹

2. *Multi Level Marketing* Menurut Hukum Ekonomi Syariah

Didalam praktik jual beli *Multi Level Marketing* harus dipahami secara langsung bagaimana metode penjualannya dan hukum-hukum nya ketika memperjual belikan suatu produk. Memperjual belikan suatu produk wajib dengan adanya kejujuran dan unsur kehalaln pada suartu produk.

Ada beberapa mendapat tokoh agama mengenai Hukum Ekonomi Syariah pada *Multi Level Marketing*. Ustd Rudi selaku tokoh agama pada desa Selok Awar-Awar menyampaikan bahwa :

“Didalam bisnis *Multi Level Marketing* menurut Hukum Ekonomi Syariah, selagi yang diperjualbelikan halal dan tidak merugikan juga tidak menipu pembeli itu dianggap boleh saja dan halal. Sebaliknya jika penjual tersebut memperjualbelikan produk dengan cara yang curang contohnya dari segi harga tidak disamakan dengan yang lainnya otomatis kan ada unsur riba didalam transaksi jual beli tersebut maka hukumnya adalah haram.”

Ustd Rudi juga mengkaitkan tentang hukum yang bersangkutan dengan negara, beliau mengatakan :

“jika disangkutpautkan dengan hukum yang ada di negara, maka harus ada unsur legalitasnya. Jika ilegal ya tidak boleh di edarkan”.⁶²

⁶¹ Widya, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 4 Oktober 2024

⁶² Ustd Rudi, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 6 Oktober 2024

Tidak hanya Ustd Rudi, Ustdz Nikmah selaku tokoh agama di desa Selok Awar-Awar juga menegaskan mengenai tanggapan diatas, beliau mengatakan :

“Yang paling penting di dalam unsur jual beli ini adalah kejujuran, jika tidak jujur ya pasti hukumnya haram”.⁶³

3. *Multi Level Marketing* Menurut Hukum Perlindungan Konsumen

Mengenai hukum perlindungan konsumen yang dimaksudkan didalam jual beli Milagros, peneliti kembali bertanya kepada bapak Imron Hamzah selaku *Leader* dari ai Milagros, beliau mengatakan :

“Jika suatu saat nanti ada konsumen yang bersengketa dengan air milagros mengenai *Multi Level Marketing* maka dari pihak kami akan menunjukkan bukti bahwa minuman ini memiliki legalitas yang resmi dan sudah di pasarka di Indonesia maupun di luar negeri”.

Peneliti meneliti tentang Legalitas dari perusahaan Milagros seperti berikut :

Legalitas Hukum Perusahaan Milagros

Nama Perusahaan : PT. Milagros Indonesia Megah

Notaris : Hj. Devi Kartini Rosaswati, S.H., M.Kn.

SK MENKUMHAM : AHU-2435995.AH.01.01.Tahun 2015

SIUP : No.0133/IUP/I/2016/BPPT

SITU : No.0128/IG/I/2016/BPPT

TDP :101114622041

NPWP : 73.205.228.7-428.000

⁶³ Ustdz Nikmah, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 6 Oktober 2024

Direktur Utama : Angga Pambudi Adji

Alamat Kantor : Paska Hyper Square Blok F8-F10, Jl. Pasir
Kaliki, Bandung, Jawa Barat.⁶⁴

Legalitas hukum ini adalah untuk perusahaan milagros pusat yang berada di Bandung, Jawa Barat. *Stokist* atau mitra usaha milagros telah menyebar di seluruh Indonesia. *Stokist* atau mitra usaha milagros tidak memiliki legalitas hukum secara resmi, karena dalam menjalankan bisnis milagros setiap orang yang sudah menjadi mitra usaha akan mendapatkan hak kemitraan bisnis dan hak usaha. Sehingga otomatis berhak menjalankan bisnisnya baik secara *online* dengan mengandalkan media sosial dan menawarkan langsung ke orang lain maupun menjualnya di toko.⁶⁵

Selanjutnya bapak Imron Hamzah mengatakan :

“Legalitas di air milagros sudah resmi diakui negara. Buktinya bisa di cek di BPOM nya. Jika memang BPOM nya dalam air milagros ini tidak ada dan tidak diakui negara, orang-orang boleh meragukannya. Tetapi dengan legalitas keaslian air milagros kan ada berarti milagros ini diakui negara”.⁶⁶

Berikut adalah bukti cek BPOM yang sudah dicek langsung oleh peneliti :

⁶⁴ Starter Kit, *Company Profile*, (Bandung: Head Office Milagros, 2019), 5.

⁶⁵ Diyah Setiyo Rini, *BISNIS MILAGROS REPEAT ORDER DI AGEN MILAGROS PONOROGO PERSPEKTIF FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009*, skripsi IAIN Ponorogo, 2020, 59

⁶⁶ Imron Hamzah, diwawancarai oleh peneliti, Lumajang 9 Oktober 2024

Gambar 1.2
Cek BPOM Air Milagros

MD 265210006099	Air Minum pH Tinggi Merk: MILAGROS Kemasan: Botol Plastik PET (250ml), Botol Plastik PET dalam Karton (4500 m...	PT. MILAGROS PUTRA MANDIRI Kab. Tangerang, Banten
MD 265210004099	Air Minum pH Tinggi Merk: MILAGROS Kemasan: Botol Plastik PET (600 ml, 612 ml), Botol Plastik PET dan Karton...	PT. MILAGROS PUTRA MANDIRI Kab. Tangerang, Banten
MD 265213003794	Air Minum pH Tinggi Merk: MILAGROS Kemasan: Botol Plastik (600 ml, 612 ml dan 625 ml)	PT. MILAGROS PUTRA MANDIRI Kab. Tangerang, Banten
MD 265210002099	Air Minum pH Tinggi Merk: MILAGROS Kemasan: Botol Plastik (600 ml, 612 ml)	PT. MILAGROS PUTRA MANDIRI Kab. Tangerang, Banten
MD 265213001794	Air Minum pH Tinggi Merk: MILAGROS Kemasan: Botol Plastik (600 ml, 612 ml dan 625 ml)	PT. MILAGROS PUTRA MANDIRI Kab. Tangerang, Banten

Jadi data diatas adalah tanggapan dari *Leader*, Distributor, Konsumen hingga tokoh agama yang telah diwawancarai oleh peneliti. Dengan data diatas cukup membantu peneliti dalam menemukan pembahasan temuan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan data- data yang didapatkan dari hasil observasi di lokasi penelitian, wawancara dengan beberapa informan dan dokumentasi yang dikumpulkan terkait dengan judul penelitian kemudian telah dianalisis oleh peneliti, maka dapat dihasilkan pembahasan sebagai berikut:

1. Teori jual beli air milagros

PT. Milagros Indonesia Megah adalah sebuah institusi bisnis yang mengkhususkan dirinya untuk bergerak di bidang *Customer Refferal Program* yaitu sebuah program yang menawarkan produk dan memberi kesempatan kepada masyarakat luas untuk membangun dan memiliki bisnisnya sendiri dan memperjual belikannya sendiri.

Repeat Order (RO) adalah pembelanjaan atau pembelian ulang produk-produk perusahaan yang dilakukan oleh mitra usaha. Dalam bisnis milagros mitra usaha akan menerima kartu RO sebagai kompensasi atas pembelanjaan atau pembelian ulang produk-produk perusahaan yang nantinya akan menjadi bagian bonus yang diterima oleh mitra usaha. Pembelian paket RO di *seller* milagros terdekat atau *seller* mana sama seperti ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan milagros pusat. Paket RO hanya boleh dibeli oleh orang yang sudah menjadi mitra usaha milagros, yang belum menjadi member tidak boleh membeli paket RO. Harga satu dus produk milagros Rp. 450.000, dengan paket RO maka harga satu dus produk milagros Rp.400.000 dan mendapatkan kartu RO dengan *cashback* Rp.30.000 seumur hidup, setelah diinput ke web milagros akan langsung masuk ke rekening mitra usaha.

Kartu RO dibedakan menjadi dua yaitu pertama RO pribadi seperti yang dijelaskan sebelumnya yaitu mendapatkan *cashback* sebesar Rp. 30.000 masuk dalam id atau akun di web milagros, setelah genap Rp. 100.000 baru akan ditransfer ke rekening bank mitra usaha. Kedua RO

upgrade hak usaha yaitu seorang mitra usaha harus menambah hak usaha dengan melakukan pembelian produk milagros, jika tidak melakukan pembelian maka belum bisa mendapatkan *cashback* sebesar Rp. 30.000.⁶⁷

2. Multi Level Marketing menurut pandangan Hukum Ekonomi Syariah

Pada sistem pemasaran *Multi Level Marketing* ini sebenarnya ada 2 istilah pada penjualannya, dimana istilah tersebut adalah *upline* dan *downline*. Istilah tersebut biasanya digunakan pada *Multi Level Marketing* atau biasa disebut pada sistem penjualan piramid, yang dimana *upline* ada di bagian atas dan *downline* ada dibagian bawah. Bagian-bagian *downline* ini ditempati orang yang direkrut untuk memasarkan produk secara meluas.

Ada perbedaan antara skema piramida *Multi Level Marketing* dengan segi *core* bisnisnya. Kalau menggunakan skema piramida pada sistem penjualannya yang pasti di dalamnya sudah mencari keuntungan. Karena pada skema piramida ini produk yang diperjualbelikan hanyalah *gimmick* yang kemungkinan produknya tidak bermutu dan tidak berkualitas juga tidak dijaga oleh si penjual. Mereka yang menjual produk *gimmick* ini biasanya memang berniat mencari keuntungan.

Keuntungan yang mereka dapat berasal dari penambahan *downline*. Jadi mereka memperbanyak *downline* agar keuntungan semakin bertambah,

⁶⁷ Dyah Setiyo Rini, *BISNIS MILAGROS REPEAT ORDER DI AGEN MILAGROS PONOROGO PERSPEKTIF FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009*, skripsi IAIN Ponorogo, 2020, 50-51.

semakin bertambah *downline* arinya semakin banyak juga keuntungan yang di dapat oleh *upline* atau yang merekrutnya.⁶⁸

Berbeda dengan istilah *Multi Level Marketing* yang memang dari segi core bisnisnya, mereka menjual dari segi produk yang berkualitas dan terjamin. Dimana keuntungan yang didapatkan oleh penjual hanya dari harga suatu produk saja. Produk yang mereka jual tentu hanya bersaing di pasar dan pada harga jualnya pun sama seperti pasar.

Mengacu pada sistem *Multi Level Marketing*, sistem ini melakukan pemasarannya dengan cara demo ke masyarakat atau dengan kata lain menawarkan produk ke rumah konsumen layaknya sales. Pada sistem ini melatih untuk mendistribusikan produk secara mandiri, salah satunya merekrut anggota baru. Dari merekrut anggota baru tersebutlah kemudian mendapat komisi dari *upline* atau distributor, lebih banyak anggota yang di rekrut meng lebih banyak komisi yang didapat oleh yang merekrut.⁶⁹

Dari pengertian tersebut, pengertian hukum islam menyatakan bahwa semua praktik bermuamalah itu boleh, selagi tidak ada alasan dasar yang mengandung unsur keharaman. Dalam hukum ekonomi syariah juga menyatakan bahwa sistem jual beli *Multi Level Marketing* ini halal, kecuali jika didalam penjualannya mencari keuntungan (*gharar*) yang menimbulkan

⁶⁸ Iqbal Munif Arifin, *Multi Level Marketing (MLM) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, www.kumparan.com, diakses pada 17 Oktober 2024

⁶⁹ Iqbal Munif Arifin, *Multi Level Marketing (MLM) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, www.kumparan.com, diakses pada 17 Oktober 2024

masalah lainnya seperti riba, judi dan adanya kecurangan. Maka praktik jual beli yang menimbulkan riba dianggap tidak halal atau haram.

Di antara kriteria *Multi Level Marketing* Syariah adalah tidak termasuk *money game* (skema piramida), ada objek transaksi riil yang halal, tidak ada *excessive mark up* dan eksploitasi, dan komisi berdasarkan pada prestasi kerja. Di antara contohnya, perusahaan *Multi Level Marketing* memiliki sertifikat dari regulator, asosiasi terkait dan sertifikat DSN MUI.

Secara khusus Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) menyebutkan beberapa rambu-rambu tambahan, yaitu :

- a. Ada objek transaksi riil yang halal diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
- b. Tidak ada *excessive mark up* dan eksploitasi, sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas yang diperoleh;
- c. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota, baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS;
- d. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;

- e. Di antara skema yang diberlakukan adalah skema *Bai'* merujuk pada Fatwa No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*, skema *Wakalah bil Ujrah* merujuk pada Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 *Wakalah bil ujrah* pada Asuransi Syariah, skema *Ju'alah* merujuk pada Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *Ju'alah*, dan akad *Ijarah* merujuk pada Fatwa No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijarah*.

Dengan demikian, keuntungan perusahaan di antaranya berupa margin jual beli, sedangkan pendapatan anggota adalah *reward* dari skema *ju'alah* atau *fee* dari skema *ijarah* atau *wakalah bil ujrah* atau margin dari skema jual beli.⁷⁰

3. *Multi Level Marketing* Menurut Hukum Perlindungan Konsumen

Tugas perlindungan konsumen untuk tidak lain yaitu untuk melindungi konsumen, apabila ada yang bersengketa. Didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun Tahun 1999 telah disebutkan pada bab III pasal 4 tentang Perlindungan Konsumen.

Berikut beberapa poin relevan dari undang-undang nomor 8 tahun

1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia, pada bab III pasal 4 yaitu tentang hak konsumen yaitu dalam poin-poin sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

⁷⁰ Fatwa DSN-MUI, no.4/IV/2000 tentang Penerapan Hak, Pembelian Harus Sah dan Bebas Dari Riba

- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan dalam dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁷¹

Jadi, dari pembahasan tersebut yaitu berisi tentang melayani konsumen atas keluhannya. Artinya sebagai perlindungan konsumen bertugas untuk melindungi konsumen jika ada konsumen yang memang bersengketa terkait *Multi Level Marketing*. Meskipun pada undang-undang ini tidak secara khusus merujuk kepada perusahaan *Multi Level Marketing*.

⁷¹ UU no.8 pasal 4 bab III Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Namun demikian pada undang-undang tersebut berkaitan dengan apa yang harus hak konsumen punya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian serta analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data-data hasil wawancara, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa :

1. Pada praktik jual beli Air Milagros paket RO hanya boleh dibeli oleh orang yang sudah menjadi mitra usaha milagros, yang belum menjadi member tidak boleh membeli paket RO. Harga satu dus produk milagros Rp. 450.000, dengan paket RO maka harga satu dus produk milagros Rp.400.000 dan mendapatkan kartu RO dengan *cashback* Rp.30.000 seumur hidup, setelah diinput ke web milagros akan langsung masuk ke rekening mitra usaha. Kartu RO dibedakan menjadi dua yaitu pertama RO pribadi seperti yang dijelaskan sebelumnya yaitu mendapatkan *cashback* sebesar Rp. 30.000 masuk dalam id atau akun di web milagros, setelah genap Rp. 100.000 baru akan ditransfer ke rekening bank mitra usaha.

Kedua RO *upgrade* hak usaha yaitu seorang mitra usaha harus menambah hak usaha dengan melakukan pembelian produk milagros, jika tidak melakukan pembelian maka belum bisa mendapatkan *cashback* sebesar Rp. 30.000.

2. Pandangan hukum ekonomi syariah terkait metode *Multi Level Marketing* diyakinkan halal. Kecuali didalamnya ada sistem seperti kecurangan misalnya riba, gharar, judi. Jadi jika seseorang memperjualbelikan suatu

produk yang mengandung sistem kecurangan tersebut maka dianggap jual beli haram. Jual beli Air milagros dengan menggunakan metode *Multi Level Marketing* ini dianggap halal.

3. Pandangan Hukum Perlindungan Konsumen yaitu dalam hal ini memberitahu tentang legalitas suatu produk apabila ada konsumen yang mempersengketakan tentang air milagros ini. Bahkan dari UU no.8 pasal 4 bab III Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa hak konsumen perlu dilayani dengan baik. Contoh konsumen mengadakan tentang ketidak sembuhan konsumen karena setelah mengkonsumsinya belum bisa sembuh. Dari pihak milagros akan memberitahu tesyimonii yang banyak dan minumar air milagros ini sudah di perjual belikan di Indonesia maupun luar negeri jadi aman buat kesehatan. Dan jika konsumen tidak sembuh secara instan itu karena faktor penangkapan air milagros ini disetiap tubuh berbeda-beda, ada yang habis 3 dus sembuh dan ada juga yang habis 8 dus sembuh, tergantung penyakit.

B. Saran

Dari data penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan diatas maka peneliti memiliki beberapa saran diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Bagi sistem praktik jual belinya lebih di perjelas lagi agar masyarakat tau dengan betul bagaimana proses jual beli dari produk Milagros ini.
2. Bagi penjual diharapkan lebih memperhatikan sistem jual belinya, karena unsur ketidaktahuan itu sering tidak diketahui dan tidak disadari oleh

semua orang. Bagi pembeli atau konsumen diharapkan berhati-hati dengan saran sales, jangan tergiur dengan harga yang di bawah harga pasaran. Kemungkinan harga yang di bawah harga pasaran mengandung unsur gharar dan riba. Bagi masyarakat yang menganggap sistem *Multi Level Marketing* ini haram atau yang menganggap halal juga diharapkan mencari tau terlebih dahulu unsur di dalam jual beli tersebut apakah mengandung halal atau haram.

3. Bagi hukum perlindungan konsumen diharapkan dijelaskan lebih jelas mengenai undang-undang yang mengarah pada *Multi Level Marketing*. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan pembahasan yang lebih mendalam lagi mengenai jual beli dengan metode *Multi Level Marketing* menurut Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amiruddin, *Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, Gowa-Sulawesi Selatan-Indonesia, Pusaka Almaida, 2021.
- Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (UIN Walisongo Semarang, 2015-2019).
- Fatwa DSN-MUI, no.4/IV/2000 Tentang Penereapan Hak
- Hariaman Surya Siregar, Koko Khoeruddin, *Fikih Muamalah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2019
- I Made Pasek Diantha, *Metodelogi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2017)
- Ismail Pane, Hasan Syazali, Syaflin Halim, Karimuddin, Imam Asrofi, Muhammad Fadhlán Is, Kartini, Muhammad Saleh, Desi Asmaret, St. Habibah, Mohammad Ridwan, Fatmawati Sungkawaningrum, Anik Gita Yuana, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Aceh, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2012), Januari 2020).
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, 2020.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2020).
- Salim HS, dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.
- Siti Choiriyah, *Mua'amalah (jual beli dan Selain Jual Beli)* Sukoharjo, Centre for Developing Academic Quality (CDAQ) STAIN Surakarta, Juni 2019.
- Starter Kit, *Company Profile*, (Bandung: Head Office Milagros, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2017).
- Thalha Alhamid dan Budur Anufia, *INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*, (STAIN) Sorong, 2019.
- Tim Revisi Buku Pedoman Karya Ilmiah UIN KHAS Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember : UIN KHAS Jember Press, 2022)
- Zulham M., Mustapa Khamal Rokan, *Teori Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Sumatera utara, FEBI UIN-SU Press, 2022.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2013)

Jurnal

Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria, “*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*”, JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 02, NO. 02, JULI 2016

Ahmad Mardalis & Nur Hasanah, “*Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam*” FALAH Jurna Ekonomi Syariah Vol.1, No.1, Februari 2016.

Aura Rosyiana Ruwanda, Linda Nur Susila, UDAUB Surakarta, *Peningkatan Keputusan Pembelian Air Mineral Merk Milagros Di Surakarta Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 10, No.2 (Desember 2023).

Firmansyah, *Perlindungan Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen (member) dalam Sistem Multi Level Marketing* (Studi pada PT. Melia Sehat Sejahtera), 2023.

Nurlaela Indah Sari, I Gusti Agung Wisudawan, *PERLINDUNGAN KONSUMEN PEMAKAI PRODUK DENGAN SISTEM PENJUALAN MLM (STUDY KASUS PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA)*, Jurnal Commerce Law Volume 2 Issue 2, December 2022.

R. Juli Moertiono, “*Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian Multi Level Marketing Barang-Barang, Makanan, Minuman Kesehatan dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Ditinjau dari UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*”. Jurnal Ilmiah METADATA, Volume 2 Nomor 2 Mei 2020.

Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Journal Bisnis, Vol.3, No,2m 2015.

Sri Rejeki Ekasasi, *Sistem Multi Level Marketing : Alternatif Pemasaran Bisnis Eceran di Indonesia*, www.journal.uin.ac.id

Wati Susiawati, “*JUAL BELI DAN DALAM KONTEKS KEKINIAN*”, Jurnal Ekonomi Islam Vol 8, No 2, November 2017

Skripsi

Amilatus Sholikhah, “*Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Multi Level Marketing pada Bisnis Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso*”, skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.

Diyah Setiyo Rini, *BISNIS MILAGROS REPEAT ORDER DI AGEN MILAGROS PONOROGO PERSPEKTIF FATWA NO.75/DSN-MUI/VII/2009*, skripsi IAIN Ponorogo, 2020.

Fitri Utami, “*Mekanisme Pemberian Bonus Di Stokis Milagros Indonesia Megah Kediri Perspektif Fatwa DSN MUI No:75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang*

Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Skripsi IAIN Kediri, 2021.

Koirika Makhmudah, “*Motif Konsumen Muslim Dalam Pembelian Produk Milagros di Kota Semarang*”. (Tesis, UIN Walisongo Semarang, 2019)

Merry Triana Anggraeni, “*ANALISIS IMPLEMENTASI FATWA DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH PADA BISNIS MILAGROS (Studi kasus di Bakti Stockist Milagros)*”(Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta, 2022)

Siti Aisyah, “*Analisis Competitive Advantage Produk MSI dengan Multi Level Marketing di Kabupaten Jember*”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020).

Internet

Ari Handoyo dan Tim Penulis Daya, *Contoh Bisnis MLM Terpercaya di Indonesia, Multi Level Marketing*, www.daya.id diakses 1 Februari 2024.

Iqbal Munif Arifin, *Multi Level Marketing (MLM) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*, www.kumparan.com, diakses pada 17 Oktober 2024

Milagros, <https://mim.id/ref/th40fb041db0> diakses pada 15 Maret 2024.

Milagros, www.milagros.co.id diakses pada 17 Maret 2024.

Stikes Milagros Online, www.sites.google.com diakses pada 1 April 2024.

Undang-undang

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Al-Qur'an

Al-Qur'an, Terjemah, dan Tafsir, Jabal Raudatul Jannah, 2010.

Wawancara

Imron Hamzah, Leader Air Milagros

Hesti Karunia Dewi, Distributor Air Milagros

Nafil, Konsumen Air Milagros

Putri, Konsumen Air Milagros

Widya, Konsumen Air Milagros

Ustd Rudi, Tokoh Agama

Ustdz Nikmah, Tokoh Agama

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sumila Puspita Dewi
NIM : 204102020040
Prodi/Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Institusi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak memuat unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

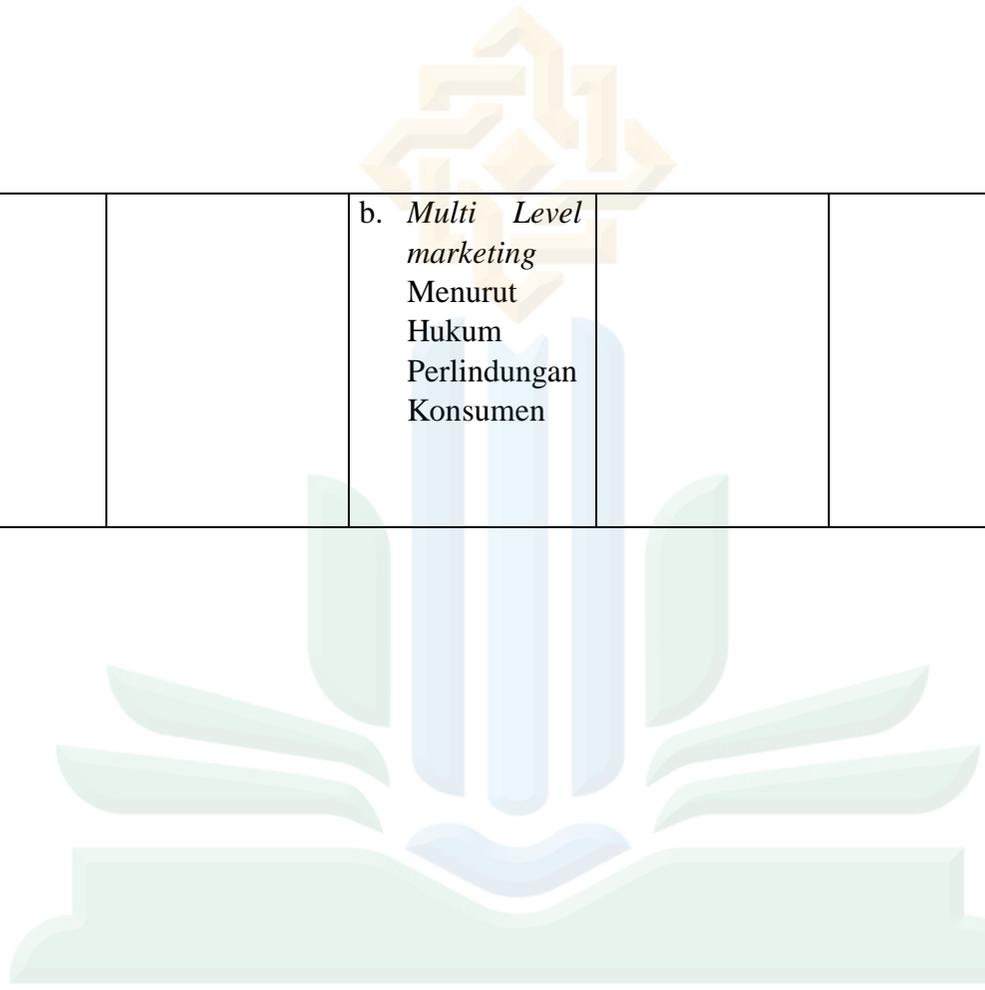
Jember, 8 November 2024

Saya yang menyatakan



Sumila Puspita Dewi
NIM. 204102020040

		3. <i>Multi Level Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengertian Air Milagros a. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> b. Sistem Kerja <i>Multi Level Marketing</i> c. Dampak Negatif dan Positif <i>Multi Level Marketing</i> d. Kelebihan dan Kekurangan <i>Multi Level Marketing</i> 			<p>hukum bagi konsumen terhadap kesehatan konsumen, menurut pandangan hukum perlindungan konsumen ?</p>
		4. <i>Multi Level Marketing</i> menurut Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Multi Level Marketing</i> Menurut Hukum Ekonomi Syariah 			



			b. <i>Multi Level marketing</i> Menurut Hukum Perlindungan Konsumen		
--	--	--	---	--	--

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp (0331) 487550 Fax (0331) 427005
e-mail: syariah@uinkhas.ac.id Website: www.fsyariah.uinkhas.ac.id



No : B-2155 / Un.22/ 4/ PP.00.9/ 05 / 2024
Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan

31 Mei 2024

Yth : Leader Air Milagros
di
Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian tugas akhir semester mata kuliah skripsi yang berjudul : Jual Beli Air Miladros Dengan Metode Multilevel Marketing Menurut Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Perlindungan Konsumen di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu selaku leader juga penjual dan pembeli produk Air Milagros untuk memberikan izin kegiatan Penelitian Lapangan kepada mahasiswa berikut :

1. Sumila Puspita Dewi 204102020040

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

Dekan,



Wildani Hefni



PEDOMAN WAWANCARA

A. Pedoman Wawancara Kepada Leader Air Milagros

1. Bagaimana sistem yang digunakan dalam penjualan air milagros pak ?
2. Bagaimana tanggapan bapak mengenai metode *Multi Level Marketing* yang digunakan pada penjualan produk milagros ?
3. Apa yang bapak pahami mengenai hukum yang digunakan oleh produk milagros?
4. Apa saja kekuatan dan tantangan pada penjualan produk milagros ?
5. Strategi apa yang ditetapkan oleh PT untuk meminimalis kelemahan yang ada pada produk milagros?
6. Apakah ada perlindungan hukum untuk konsumen dari produk ini ?

B. Pedoman Wawancara Kepada Distributor

1. Bagaimana tanggapan ibu mengenai *Multi Level Marketing* yang digunakan pada penjualan produk milagros ?
2. Bagaimana cara distributor memperjual belikan produk ini ?
3. Seberapa ngaruhnya produk ini jika dikonsumsi untuk pengobatan ?
4. Dari banyaknya konsumen ada yang mengeluh atau tidak karena tidak cocok atau tidak terbukti sembuh ?

C. Pedoman Wawancara Kepada Konsumen

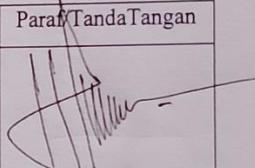
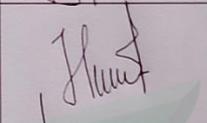
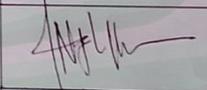
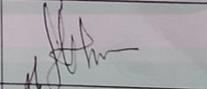
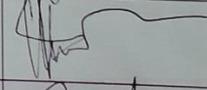
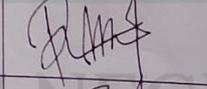
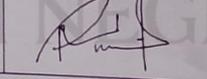
1. Apakah anda menggunakan produk Air milagros untuk pengobatan anda ?
2. Apa perbedaannya dari sebelum dan sesudah meminum air milagros untuk pengobatan anda ?
3. Bagaimana kepuasan anda kepada produk air milagros ?
4. Apa harapan anda untuk air milagros kedepannya

D. Pedoman Wawancara Kepada Tokoh Agama

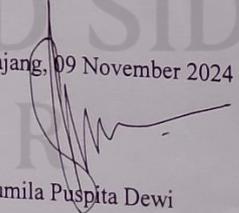
1. Bagaimana pendapat Uztad dan Uztadzah mengenai Multi Level Marketing menurut Hukum Ekonomi Syariah ?
2. Apakah hukum ini juga berkaitan dengan hukum yang ada di negara?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Sumila Puspita Dewi
NIM : 204102020040
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul Skripsi : JUAL BELI AIR MILAGROS DENGAN METODE *MULTI LEVEL MARKETING* MENURUT TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus Desa Selok Awar, Lumajang)

No.	Nama Kegiatan	Tanggal Kegiatan	Paraf/Tanda Tangan
1	Melakukan wawancara dengan Bapak Imron Hamzah selaku Leader Air Milagros	02 Oktober 2024 dan 09 Oktober 2024	
2	Melakukan wawancara dengan Ibu Hesti Karunia Dewi selaku Distributor Air Milagros	02 Oktober 2024	
3	Melakukan wawancara dengan Nafil selaku Konsumen Air Milagros	04 Oktober 2024	
4	Melakukan wawancara dengan Ibu Putri selaku Konsumen Air Milagros	04 Oktober 2024	
5	Melakukan wawancara dengan Ibu Widya selaku Konsumen Air Milagros	04 Oktober 2024	
6	Melakukan wawancara dengan Uztad Rudi selaku Tokoh Agama	06 Oktober 2024	
7	Melakukan wawancara dengan Ustdzah Nikmah selaku Tokoh Agama	06 Oktober 2024	

Lumajang, 09 November 2024


Sumila Puspita Dewi

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Imron Hamzah selaku Leader Air Milagros dan Ibu Hesti selaku Distributor Air Milagros



Wawancara dengan Nafil selaku konsumen Air Milagros



Wawancara dengan Ibu Putri selaku Konsumen Air Milagros



Wawancara dengan Widya selaku konsumen Air Milagros

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Sumila Puspita Dewi
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 15 Februari 2002
Alamat : Dusun Krajan II RT/RW:56/19 Selok Awar-Awar
Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Pendidikan Terakhir : MA Miftahul Ulum Tempeh Lumajang
No.Hp : 087817279516
Email : sumilapuspita02@gmail.com

Pendidikan

SDN 03 Selok Awar-Awar : 2008 - 2014
MTs Nurul Islam Selok Awar-Awar : 2014 - 2017
MA Miftahul Ulum Pandanwangi Tempeh : 2017 - 2020
Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2020 - 2024