

SISTEM REWARDS PADA PENJUALAN BISNIS HERBALIFE DI CLUB YOLA CERIA JAKARTA BARAT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Niswati Fauziah¹, Suliyono², Abdul Rahman³

Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani^{1,2,3}

niswatifauziah98@gmail.com¹, suliyono@stai-binamadani.ac.id²

abdulrahman@stai-binamadani.ac.id³

ABSTRAK

Fokus penelitian ini menjelaskan tentang pemberian *rewards* pada produk penjualan Herbalife yang ada di Club Yola Ceria Jakarta Barat. Sistem penjualan Herbalife seperti ini merupakan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang juga bagian dari aspek kegiatan muamalah dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian lapangan yang data-datanya dinyatakan dalam bentuk kata atau kalimat. Metode penelitian ini bersifat deskriptif analisis karena data yang dianalisis tidak untuk menerima atau menolak hipotesis melainkan hasil analisis itu berupa deskripsi dari gejala diamati yakni sistem *rewards* pada penjualan bisnis *Herbalife*. Penelitian menemukan sistem *rewards* penjualan bisnis Herbalife setiap produk Herbalife memiliki nilai volume point yang besarnya sama di seluruh negara. Volume point tersebut yang akan menentukan *royalty* dan bonus yang akan di dapatkan oleh pembisnis sehingga tidak ada pihak rugikan karena masing-masing akan mendapatkan sesuai dengan kontribusinya. Hal ini sesuai dalam hukum Islam mempunyai prinsip dalam berbisnis harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil) terhadap salah satu pihak. Oleh karena itu, sistem pemberian bonus harus adil, dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas. maka dapat disimpulkan Bisnis herbalife terbebas dari unsur MAGHRIB yaitu *Maysir* (judi), *Gharar* (penipuan), Riba (bunga), dan *Bathil*.

Kata Kunci: *Business, Rewards, Herbalife, Penjualan, Ekonomi Syariah*

Abstract: *The focus of this study explains the provision of rewards for Herbalife sales products at Club Yola Ceria, West Jakarta. This Herbalife sales system is a Multi Level Marketing (MLM) business which is also part of the aspect of muamalah activities in everyday life. This study uses a qualitative approach, namely field research whose data is expressed in the form of words or sentences. This research method is descriptive analysis because the data analyzed is not to accept or reject the hypothesis but rather the results of the analysis are in the form of a description of the observed symptoms, namely the rewards system in Herbalife Business Sales. The study found that the Herbalife business sales rewards system for each Herbalife product has the same volume point value throughout the country. The volume point will determine the royalties and bonuses that will be obtained by the businessman so that no party is disadvantaged because each will get according to their contribution. This is in accordance with Islamic law which has a principle in doing business must be free from the elements of dharar (danger), jahalah (uncertainty) and zhulm (detrimental or unfair) to one party. Therefore, the bonus system must be fair, and not only benefit the person above. then it can be concluded that the Herbalife business is free from the elements of MAGHRIB, namely Maysir (gambling), Gharar (fraud), Riba (interest), and Bathil.*

Keywords: *Business, Rewards, Herbalife, Sales, Islamic Economy*

PENDAHULUAN

Setiap manusia mempunyai kebutuhan masing-masing dalam memenuhi hajat hidupnya dengan selalu berusaha mencari yang terbaik. Sebagai makhluk sosial, dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tentu memerlukan adanya pihak lain sebagai makhluk sosial dan tidak akan mungkin dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri.¹ Dalam konteks ini maka setiap manusia harus melakukan kerjasama dan saling membantu dalam rangka mencapai tujuan dan target hidup yang diinginkan.

¹ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009, h. 54.

Dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dalam bisnis sebagai akibat dari kemajuan teknologi di berbagai bidang seperti sekarang ini. Apalagi di Indonesia yang ditandai dengan hadirnya perusahaan-perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk berkualitas tinggi dan mampu bersaing di pasar. Karena persaingan ini, perusahaan melakukan upaya terus-menerus untuk memastikan bahwa perusahaan akan terus ada, lebih mengembangkan bisnisnya, dan mencapai profitabilitas maksimum. Penurunan minat pembeli menjadi salah satu faktor yang menyebabkan turunnya pangsa pasar. Kualitas barang yang kurang efektif dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, karena produk yang ditawarkan tidak dapat dipercaya. Hal ini menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap penurunan pangsa pasar.

Model bisnis yang umum digunakan dalam budaya saat ini adalah berbasis MLM (*Multi Level Marketing*), yang mana dengan sedikit biaya seseorang dapat membeli keanggotaan dalam sistem yang sudah mapan dan mulai membuat bisnis secara instan. Sebagai hasil dari kemajuan teknologi dalam bisnis digital, perusahaan sepenuhnya otomatis, dari proses pesanan, distribusi, akuntansi, dan proses lanjutan akan dikelola oleh sistem perangkat lunak.² Terdapat beberapa istilah yang berkaitan dengan distributor di bisnis MLM, termasuk *upline* dan *downline*. *Upline* adalah rekan kerja yang mengajak seseorang untuk bergabung dalam bisnis MLM dan juga membimbing rekan kerjanya dalam menjalankan bisnis. Sementara *downline* adalah individu yang direkrut oleh *upline* untuk menjadi mitra bisnis mereka dalam mengembangkan bisnis MLM secara bersama-sama, *upline merekrut downline*. *Downline* sebanding dengan pekerja di perusahaan biasa.

Perusahaan MLM adalah strategi bisnis berbasis pemasaran dan distribusi. MLM berfokus pada penentuan pendekatan terbaik untuk menjual barang dengan memprioritaskan inovasi pemasaran dan *distribusi*. MLM adalah teknik pemasaran yang bergantung pada penjualan langsung melalui jaringan distributor berjenjang, dan setiap *distributor* yang telah merekrut dan merekrut akan memiliki adil dalam menghitung komisi dan insentif. Harga barang yang akan dipasok ke konsumen adalah biaya produksi ditambah komisi, yang merupakan hak konsumen karena secara tidak langsung telah berkontribusi pada distribusi yang lebih efisien. Penerapan strategi bisnis MLM ini memberikan keuntungan bagi *distributor* dan berupaya menekan biaya produksi dan pemasaran. Evolusi model dan teknik bisnis telah melahirkan gerakan *Multi Level Marketing* (MLM) berbasis syariah.

Gagasan ini memandu dedikasi MLM terhadap nilai-nilai muamalah Islami yang membatasi praktik gharar. Pengertian ini diwakili oleh transaksi termasuk penjualan produk dan layanan yang membutuhkan anggota untuk melakukan pembayaran tanpa disertai dengan produk yang berbeda. Semua bentuk penjualan dalam bisnis MLM dilakukan melalui penjualan langsung (*direct selling*), di mana pembeli tidak perlu pergi ke toko atau supermarket untuk membeli barang yang diinginkan, tetapi dapat melakukannya dari rumahnya sendiri, karena distributor MLM akan datang menawarkan produk. Manfaat bagi konsumen akan lebih memahami kualitas produk yang disediakan.³

² Robet T. Kiyosaki, *The Cashflow Quadrat (Panduan Ayah Kaya Menuju Kebebasan Finansial)*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2012, h. 104.

³ Benny Santoso, *All Abot MLM - Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, Yogyakarta: Andi, 2003, h. 28.

Dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), tingkat produktivitas anggota dapat diukur dengan jumlah penjualan produk dan *downline* yang menghasilkan uang atau *bonus*. Perusahaan MLM memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui peningkatan omset penjualan produk di samping peningkatan keuntungan dari setiap produk individu yang dijual. MLM menggunakan pendekatan distribusi langsung, yang melibatkan perekrutan tenaga penjualan dan menawarkan insentif atau kompensasi pendapatan berdasarkan jumlah penjualan yang mereka lakukan, untuk meningkatkan pendapatan mereka secara keseluruhan. Akibatnya, tingkat keberhasilan yang dicapai oleh tenaga penjual dan *distributor* berbanding lurus dengan *volume* produk atau jasa yang dijual melalui penggunaan model berjenjang atau perekrutan tenaga penjualan tambahan.⁴

Telah terjadi pertumbuhan di sektor produk herbal, menjadikannya bisnis yang berpotensi menguntungkan di pasar. Pertumbuhan ini mengarah pada pembentukan lingkungan yang kompetitif di antara bisnis yang memproduksi barang serupa. Akibatnya, muncul modus peredaran barang dagangan yang bertumpu pada terjalannya hubungan komunikasi antarmanusia melalui pemanfaatan jejaring (jejaring sosial). Bentuk promosi bisnis yang dipermasalahkan dikenal dengan istilah *multi level marketing* (MLM). *Multi Level Marketing* (MLM) adalah bentuk penjualan yang melibatkan distribusi produk atau layanan melalui jaringan yang terdiri dari distributor. Dalam MLM, saluran distribusi produk dikurangi sehingga mengarah langsung dari produsen ke pelanggan yang bertindak sebagai pengguna akhir. Ada banyak bisnis di Indonesia yang telah menerapkan sistem MLM, dan bisnis ini memberikan prospek yang sangat baik bagi siapa saja yang ingin menambah penghasilan atau memulai pekerjaan baru. *Herbalife* adalah perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang dikenal menjual barang-barang herbal dan merupakan salah satu dari perusahaan tersebut.

Multi Level Marketing berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang, sedangkan *marketing* berarti pemasaran. Jadi, *Multi Level Marketing* pemasaran berjenjang banyak. Disebut *multi level*, karena merupakan suatu perusahaan *distributor* yang melaksanakan penjualan berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat.⁵ Perusahaan *Multi Level Marketing* dianggap sebagai komponen dari unsur kehidupan *muamalah*, yang memiliki hukum yang mengatur operasinya selama itu halal (diperbolehkan) sesuai dengan prinsip-prinsip fikih. Terdapat 97 perusahaan *multi level marketing* yang terdaftar di Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI), namun hanya tujuh perusahaan yang telah mendapatkan sertifikat DSN MUI. Ketujuh perusahaan tersebut adalah PT Veritra Sentosa Internasional, PT Moment Global Internasional, PT UFO Kemitraan Bersama Syariah, PT K-Link Nusantara, PT Nusantara Sukses Selalu, PT Singa Langit Jay⁶.

Perusahaan *Herbalife* adalah perusahaan yang menciptakan berbagai macam nutrisi penting bagi tubuh manusia. Nutrisi ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan alami berkualitas tinggi, yang kemudian diolah menjadi berbagai macam produk yang tidak hanya sangat beragam tetapi juga memiliki efek positif bagi kesehatan seseorang. Terlepas dari berbagai manfaat produk, perusahaan *Herbalife* berfokus terutama pada program

⁴ Benny Santoso, *All About MLM - Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, ..., h. 36.

⁵ Gemala Dewi, *et al*, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, h. 193.

⁶ Dewan Syariah Nasional MUI, "Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah," dalam <https://dsn.mui.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/>, diakses pada tanggal 18 Januari 2022.

penambahan dan penurunan berat badan, yang dipromosikan dengan cara yang sangat menonjol; *Pertama*, harga produk *Herbalife* agak tinggi dan tidak dapat dibandingkan dengan hasil yang diiklankan secara agresif untuk program penambahan atau penurunan berat badan tertentu. Harga *Herbalife* tidak kompetitif dalam hal ini. Karena hasil konsumen yang ingin naik atau turun berat badan masih tergantung pada usaha keras konsumen, maka hasil naik atau turunnya berat badan tetap tergantung konsumen.⁷

Berbeda dengan pelanggan biasa yang bersedia membayar biaya lebih tinggi untuk barang-barang, pelanggan ini menuntut jaminan atas hasil produk yang mereka beli. Secara khusus, mereka menginginkan jaminan bahwa mereka akan mendapatkan atau menurunkan berat badan sebagai akibat dari penggunaan produk yang mereka beli. Jelas terlihat bahwa sejumlah besar pelanggan *Herbalife*, di beberapa titik atau lainnya, menyerah pada rencana mereka untuk menambah atau menurunkan berat badan sebagai akibat dari kurangnya keberhasilan mereka dengan program masing-masing. Dengan demikian, maka hal ini bisa disebut dengan adanya *excessive markup* (harga/biaya yang berlebihan). Sedangkan ketentuan pada Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), menyatakan bahwa tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh.⁸

Kedua, produk *Herbalife* mempunyai harga yang sudah distandarkan di seluruh Negara dan setiap produk *Herbalife* memiliki nilai volume poin yang besarnya pun juga sama di seluruh Negara. Saat memesan produk berarti pada saat itu pula konsumen sedang mengakumulasi kredit jumlah *volume poin* sesuai produk yang dipesan⁹ member, *senior consultant, success builder, qualified producer, supervisor, world team, global expansion team, millionaire team, president's team, chairman's club* dan yang terakhir *founder's circle*.¹⁰

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam tulisan ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*), merupakan strategi untuk menemukan secara tepat dan realistis apa yang terjadi di masyarakat pada waktu tertentu, dengan mencoba menjawab persoalan-persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.¹¹ Adapun sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan informan langsung pengelola *Herbalife Club Yola Jakarta Barat* dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur buku, artikel jurnal, dokumen, dan lainnya, sehingga data tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan tema pembahasan yang kemudian dideskripsikan menjadi uraian pembahasan yang utuh. Kemudian dilakukan sebuah analisis data sehingga menghasilkan suatu kesimpulan berdasarkan tema pembahasan.

⁷ Usfit Usvela, Nurul Qomariyah dan Yahanes Gunawan Wibowo, "Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan *Herbalife*", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 5 No. 2 Desember 2019, h. 301.

⁸ Luqman Nurhisam, "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)", *Tawazun: Journal of Syaria Economic Law*, Vol. 2 No. 2 2019, h. 183-194. DOI:10.21043/tawazun.v2i2.6281

⁹ *Herbalife*, Buku 4 *Rencana Penjualan & Pemasaran dan Aturan Bisnis*, t.tp.: t.p., t.th.

¹⁰ *Herbalife*, Buku 1 *Dasar Bisnis Anda*, t.tp.: t.p., t.th., h. 22

¹¹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah*, Ponorogo: STAIN Po Press, 2010, h. 6

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Rewards Pada Penjualan Produk *Herbalife Nutrition Club Yola Ceria Jakarta Barat*

Sistem rewards Herbalife mendapatkan *royalty* dengan berbelanja produk-produk, sistem rewards merupakan penghargaan atau hadiah yang akan mendapatkan keuntungan atau hadiah bagi para leader sponsor beserta team. Keuntungan menjual produk Herbalife di Nutrition Club Yola Ceria Jakarta Barat mendapatkan point dari customer dan beserta teamnya. Oleh karena itu, jika kualifikasi ditingkatkan khususnya meningkatkan jumlah *point* atau *royalty*, maka seluruh *downline* yang dipunya akan meningkatkan volume point tersebut. Sederhananya, bonus yang mungkin diterima di perusahaan ini ditentukan oleh jumlah *point* volume yang diakumulasikan. *Point* volume adalah unit untuk barang *Herbalife*, seperti kilo untuk padatan dan liter untuk cairan; dengan demikian, unit produk *Herbalife* menggunakan titik volume ini.¹²

Nilai volume *point* diberikan untuk setiap produk Herbalife, dan nilai ini konsisten di semua negara. Paket member resmi *Herbalife*, serta materi literatur dan alat penjualannya, tidak termasuk dalam perhitungan volume. Saat anggota memesan produk, ini menunjukkan bahwa anggota telah mengumpulkan *point volume* yang cukup untuk dikreditkan dengan jumlah kredit yang sesuai untuk produk yang dibeli. Akumulasi *point volume* akan dihitung sebagai produk penjualan dan akan digunakan untuk menentukan kualifikasi dan keuntungan. Dalam konteks ini, kualifikasi yang dimaksud adalah untuk naik ke level berikutnya. Oleh karena itu, jumlah *point* yang dimasukkan setiap bulan menentukan jumlah *royalty* dan insentif yang berhak didapatkan oleh perusahaan *Herbalife*.

Dalam bisnis *Herbalife* terdapat banyak volume *point* yang berbeda dan ada banyak cara berbeda untuk mendapatkan *point*, di antaranya adalah:¹³

- a) Volume pembelian pribadi, yakni *volume* dari pembelian yang dilakukan secara langsung ke *Herbalife* dengan menggunakan Nomor Identifikasi *Herbalife* seorang member.
- b) Volume *downline* sebagai *non-supervisor*. *Downline volume* akan didasari pada volume pemesanan yang dilakukan oleh *downline* secara langsung ke *Herbalife* dengan diskon antara 25%-42%.
- c) Volume pribadi sebagai *supervisor* penuh. Volume pribadi adalah volume yang diperoleh dari pembelian dengan menggunakan Nomor Identifikasi *Herbalife*, serta volume yang diperoleh dari pembelian yang dilakukan oleh *downline non-supervisor* hingga *supervisor* penuh."

Member yang bukan *supervisor* memiliki pilihan untuk melakukan pembelian baik secara langsung ke *Herbalife* atau melalui sponsor mereka atau *supervisor* dari posisi *upline* pertama mereka. Oleh karena itu, untuk menentukan volume pribadi *supervisor* penuh, semua pesanan yang ditempatkan dengan diskon 50%, termasuk yang dilakukan oleh anggota *downline*, *konsultan senior*, pembangun sukses, dan produsen yang memenuhi syarat dengan diskon mulai dari 25%-42%, akan

¹² Yolanda, *Hasil Wawancara*, Cengkareng 12 Februari 2022

¹³ *Herbalife*, Buku 4 *Rencana Penjualan*, h. 8.

terhitung. Ini termasuk pesanan yang dilakukan oleh anggota *downline* yang merupakan produsen yang memenuhi syarat.

- d) Volume group, yakni volume atas pesanan yang dibeli oleh *qualifying supervisor* dengan diskon sementara sebesar 50% di bulan kualifikasi mereka.
- e) Volume total, yakni volume gabungan dari total volume pribadi *supervisor* ditambah volume group.
- f) Volume terbeban dan tak terbeban, yakni semua volume yang dihasilkan oleh siapapun di dalam perusahaan pribadi, hingga ke *supervisor* berkualifikasi tingkat pertama, yang perolehan volume pointnya kurang dari 2.500 dalam satu bulan volume, ditambah seluruh volume pribadi. Oleh karena itu, volume ini merupakan volume yang tidak digunakan oleh siapapun untuk tujuan berkualifikasi sebagai *supervisor*.
- g) Volume penyesuaian, yakni volume yang harus dimiliki *supervisor* pemberi sponsor yang didapat melalui pemesanan pribadi, atau oleh member dalam perusahaan pribadi dalam satu bulan tertentu untuk menyamakan atau melebihi volume yang diperoleh member *downline* mereka yang tengah berkualifikasi untuk menjadi *supervisor*."

Terdapat 4 (empat) cara pendapatan yang dapat diperoleh dalam bisnis *Herbalife* ini, yaitu:

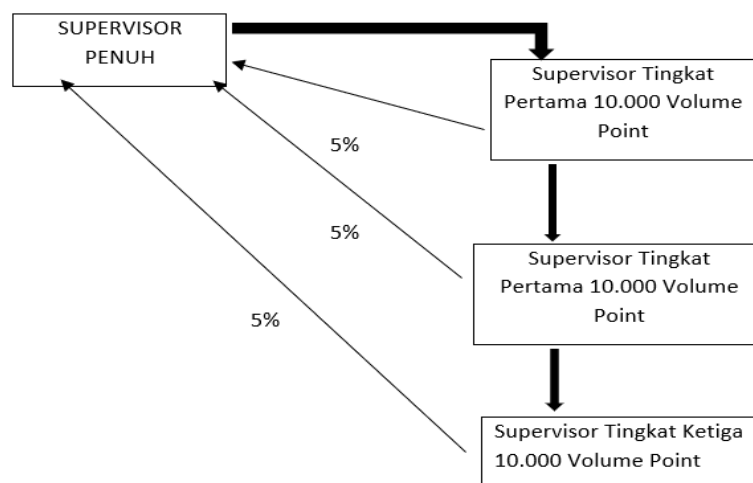
- 1) Memperoleh keuntungan ritel langsung dari penjualan secara langsung kepada para konsumen non-member. Jadi penjualan ini dengan harga normal *Herbalife* tanpa ada potongan harga, karena memang dijual kepada konsumen non-member *Herbalife*;
- 2) Keuntungan grosir harian adalah selisih antara harga beli dengan harga jual kepada seorang member, mencapai 25%, 35%, 42% bahkan sampai 50% dari pendapatan pokok.
- 3) *Royalty* adalah pendapatan yang yang diperoleh seorang *upline* dari omset penjualan *downline* di bawahnya sebesar 5% dengan syarat *upline* tersebut juga memiliki omset penjualan. Maka meskipun omset penjualan *downline* 100 juta dan *upline* tidak memiliki omset penjualan maka *upline* juga tidak akan mendapatkan *royalty* dari *downlinenya*. *Royalty* ini akan ditransfer langsung oleh perusahaan *Herbalife* pusat pada tanggal 15 di setiap bulannya.
- 4) Bonus juga merupakan pendapatan yang diterima *upline* dari omset penjualan *downlinenya* namun dengan syarat *downline* tersebut sudah masuk dalam level *Tab Team*, yang bisa bernilai antara 2%-7%, bonus akan ditransfer langsung oleh perusahaan *Herbalife* pusat pada tanggal 20 di setiap bulannya".¹⁴

Royalty dan bonus merupakan dua jenis bonus yang diperoleh di perusahaan *Herbalife*. Kedua jenis insentif tersebut berasal dari volume penjualan *downline*, dengan ketentuan yang paling penting adalah bahwa *upline* juga harus memiliki volume penjualan sendiri, tetapi bonus hanya diperoleh dari *downline* di level tab tim dan lebih tinggi. *Level Herbalife Businessman* yang memenuhi syarat bonus dimulai dari level *supervisor*. Oleh karena itu, jumlah bonus diperoleh dari setiap level dengan memenuhi kondisi dan persyaratan tertentu. Insentif bergantung pada akumulasi penggantian *royalty*.

¹⁴ Yolanda, *Hasil Wawancara*, Cengkareng, 12 Februari 2022.

Mekanisme penggantian *royalty* ini adalah dasar dari pendapatan bonus di Bisnis *Herbalife*, oleh karena itu bonus di *level* selanjutnya merupakan kelanjutan dari skema ini. Oleh karena itu, untuk insentif di tingkat berikutnya, jumlah *point volume* harus bertambah, tetapi perolehan sistem penggantian royalti berlanjut dari tingkat sebelumnya. Pembayaran *royalty override* tergantung pada *volume* keseluruhan *Supervisor Penuh* dengan minimal 2.500 *Volume Point* dan kemampuan untuk mempertahankan tiga lapis *downline* aktif, dengan menggunakan rencana berikut:¹⁵

Skema: Sistem Perolehan Bonus



Perolehan *royalty override* = *Volume point* tingkat pertama ($10.000 \times 5\%$) + *volume point* tingkat kedua ($10.000 \times 5\%$) + *volume point* tingkat ketiga ($10.000 \times 5\%$) = $500 + 500 + 500 = 1.500$ *royalty point*. Adapun total kelebihan *royalty* ini akan dijabarkan ke dalam mata uang rupiah, yang perhitungannya hanya diketahui oleh perusahaan pusat, dan dibayarkan pada tanggal 15 setiap bulannya.

Dalam setiap tahapan jenjang karir bisnis *Herbalife*, terdapat persyaratan harus dipenuhi dan insentif dapat diperoleh pada tingkat berikut:

- 1) *Supervisor*, pada tingkatan *supervisor Herbalife* akan mendapatkan potongan harga tertinggi yakni sebesar 50%, ditambah keuntungan *ritel* dan grosir, ditambah menerima *royalty override*. Seorang *supervisor* penuh berhak mendapatkan berbagai keuntungan yaitu mendapatkan keuntungan *ritel* sebesar 50%, keuntungan grosir sebesar 25%, mendapatkan *royalty override* sebesar 1%-5% dari *supervisor* tingkat pertama. Yakni *supervisor* yang merupakan member tingkat pertama yang disponsori oleh *supervisor* tersebut dan mendapat *royalty override* sebesar 1%-5% dari *supervisor* tingkat kedua, yakni ketika member tingkat pertama secara pribadi mensponsori member lain. Maka para member baru ini menjadi member tingkat kedua dari *supervisor* tersebut, mendapatkan *royalty override* sebesar 1%-5% dari *supervisor* tingkat ketiga, yakni ketika member tingkat kedua mensponsori orang lain, maka mereka merupakan tingkat ketiga dalam perusahaan *Herbalife* seorang *supervisor* tadi, begitu seterusnya, akan membentuk perusahaan *Herbalife* hingga tingkatan paling atas yaitu *President's Team*. Semakin tinggi level maka semakin

¹⁵ *Herbalife*, Buku 3 *Membangun Bisnis Anda*, t.tp.: t.p., t.th., h. 12.

- banyak tingkatan member yang dimiliki untuk memenuhi kualifikasi setiap levelnya.
- 2) *World Team*, manfaat di tingkat tim global merupakan kelanjutan dari bonus yang telah diuraikan di atas untuk tingkat pengawas penuh. Dalam hal jumlah, jumlah bonus yang diperoleh pada level ini tidak berubah. Untuk mendapatkan status ini, harus mengumpulkan setidaknya 10.000 *Total Volume point* setiap bulan. Dengan demikian, akan mendapat seluruh keuntungan sebagai *supervisor* penuh, paket *World Team* yang berisi Sertifikat *World Team*, *Pin World Team*, dan jurnal harian *Herbalife*.
 - 3) *TAB Team*, merupakan kumpulan tingkatan karir bisnis *Herbalife*, dimulai dengan tim ekspansi global, kemudian tim jutawan, dan diakhiri dengan tim presiden. *Supervisor* yang berhasil memiliki kemampuan untuk naik ke tingkat teratas *Tim Achievers Business (TAB)* dari program rencana penjualan dan pemasaran *Herbalife*. *Supervisor* bisa mendapatkan status *TAB Team* jika mereka memenuhi persyaratan dasar.

Status *TAB Team* menunjukkan bahwa *supervisor Herbalife* yang efektif menunjukkan kemauan untuk menjadi pemimpin dalam perusahaan. Ketika menjadi pemimpin di dalam perusahaan *Herbalife*, perusahaan memiliki beberapa keuntungan, termasuk kemampuan untuk terlibat dalam pelatihan yang lebih baik di setiap level baru, menerima bonus produksi yang tiada bandingnya, dan memenuhi syarat untuk hadiah dan insentif pencapaian. Terdapat 3 bonus yang akan diterima dalam kelompok level *TAB Team*, yaitu: berhak menerima 2-7% dari seluruh *volume* perusahaan *downline*, yaitu: bonus tahunan merupakan presentase dari penjualan *Herbalife* di seluruh dunia dibagikan secara tahunan kepada mereka yang tergabung di dalam *President's Team* sebagai penghargaan atas kinerja dalam meningkatkan penjualan produk *Herbalife*; Liburan dan acara pelatihan berlangsung di tempat-tempat eksotis di seluruh dunia. Sesi pelatihan ini mendidik *supervisor downline* aktif bagaimana mencapai tujuan, meningkatkan kapasitas mereka untuk menghasilkan pendapatan, dan membangun bisnis dengan basis yang solid dan mendunia

- 4) Adapun *Expansion Team (GET)* harus mendapatkan 1.000 *Royalty Point* selama tiga bulan berturut-turut. Pada level ini, para pelaku bisnis mendapatkan beberapa keuntungan, antara lain *Pin* dan Plakat *global expansion team*, seluruh keuntungan *supervisor*, bonus produksi *TAB Team* berdasarkan tingkat kualifikasi, liburan dan acara pelatihan, berpartisipasi dalam pelatihan-pelatihan unggul khusus dan berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.
- 5) *Millionare Team* untuk memenuhi syarat ke level tim jutawan, harus mendapatkan 4.000 *royalty point* selama tiga bulan berturut-turut. Pada level ini, para pelaku bisnis mendapatkan beberapa keuntungan *Pin* dan plakat *global expansion team*, seluruh keuntungan seorang *supervisor*, bonus Produksi *TAB Team* berdasarkan tingkat kualifikasi, mengikuti acara liburan dan pelatihan, mengembangkan kemampuan mengajar dan turut membantu dalam pelatihan-pelatihan di mancanegara, berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.
- 6) *President's Team* mencapai level ini harus memenuhi syarat seperti mencapai 10.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut, *President 20K* telah mencapai 20.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut, *President 30K* telah mencapai 30.000

royalty point selama 3 bulan berturut-turut, *President* 50K telah mencapai 50.000 *royalty point* selama 3 bulan berturut-turut.

Khusus setiap jenjang pada level *President's Team* berhak mendapatkan Pin dan plakat *President's Team*, seluruh keistimewaan seorang *supervisor*, mendapat bonus produksi *TAB Team* berdasarkan tingkat kualifikasi, mengikuti acara liburan dan pelatihan, berhak membantu acara pelatihan-pelatihan di seluruh dunia, berpartisipasi dalam telepon konferensi khusus.

Analisis Pemberian Terhadap Rewards penjualan produk Herbalife Nutrition Club Yola Cera Jakarta Barat Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam bisnis penjualan produk Herbalife terdapat banyak volume *point* yang bisa di dapatkan dari pembelian volume pribadi yaitu member yang sudah diakses oleh perusahaan Herbalife, dan juga terdapat volume lain *downline* sebagai *non-supervisor* diperoleh dari pemesanan biasa atau diskon, kemudian ada volume pribadi *supervisor* penuh yang telah dapatkan dari non-member, member, *sc*, *supervisor* hingga *supervisor* penuh. Bisnis penjualan ini termasuk kategori *multi level marketing* (MLM)

Konsep ekonomi bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya menjual barang, tetapi juga jasa, khususnya jasa pemasaran dengan tingkatan (*level*) dengan imbalan berupa biaya pemasaran, bonus, hadiah, dan sebagainya, tergantung pada prestasi dan level seseorang. Hal ini berbeda dengan konsep ekonomi bisnis yang dijalankan dengan model distribusi tradisional. Promosi jasa yang berfungsi sebagai perantara antara berbagai produsen dan pengguna akhir barang. Konsep ini disebut sebagai *samsarah* atau *simsar* dalam kerangka doktrin hukum Islam.

Dengan mengurangi jumlah ruang antara produsen dan pelanggan, model bisnis MLM adalah inisiatif yang berupaya mempercepat kemajuan proses penjualan. Selain menjual produk Herbalife langsung ke *end user*, setiap distributor dituntut untuk menciptakan jaringan penjualan yang seluas-luasnya. Saat melakukannya, setiap distributor bertanggung jawab untuk menemukan pelanggan potensial untuk ditambahkan ke jaringan mereka. Ada sejumlah pendekatan berbeda yang dapat diambil untuk mendapatkan prospek, termasuk memperluas jaringan seseorang hingga kapasitas maksimumnya, meneliti keseluruhan pasar, berinteraksi dengan individu yang bergantung pada prospek, dan bertindak sebagai mentor. Jika distributor berhasil memperluas jaringan, korporasi akan menawarkan berbagai hadiah termasuk bonus, diskon, dan insentif lainnya.

Bisnis yang dijalankan dengan menggunakan sistem MLM tidak hanya menjual barang, tetapi juga jasa, khususnya jasa pemasaran dengan tingkatan (*level*) dengan imbalan berupa biaya pemasaran, bonus, hadiah, dan sebagainya, tergantung pencapaian dan tingkat pencapaiannya. seorang anggota. *Reward* tersebut bisa berupa *marketing fee*, *marketing prize*, dan lain sebagainya. Promosi jasa yang berfungsi sebagai perantara antara berbagai produsen dan pengguna akhir barang. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut *samsarah* atau *simsar*.¹⁶

Dalam bisnis MLM, broker atau perantara sangat penting untuk memfasilitasi transfer komoditas dan membawa keuntungan bersama bagi kedua belah pihak. Tidak ada yang salah dengan broker menerima imbalan tunai dalam bentuk uang yang merupakan bagian dari pendapatan, atau yang telah disepakati bersama. Biasanya setiap orang harus

¹⁶ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, Jilid II, Jakarta: Cakrawala Publishing, 2021, h. 159.

menjadi anggota (*network member*) sebelum memasuki jaringan bisnis *Multi Level Marketing Marketing*. Ada juga yang disebut sebagai *distributor*. Keanggotaan terkadang diperoleh dengan mengisi formulir pendaftaran keanggotaan dan membayar biaya pendaftaran, bersamaan dengan pembelian produk tertentu sehingga anggota mendapatkan *point*, dan terkadang tanpa membeli produk. Dalam hal ini, mengumpulkan *point* sangat penting, karena perusahaan MLM menggunakannya untuk menentukan jumlah bonus.

Point dapat didasarkan pada pembelian langsung atau tidak langsung. Biasanya, setiap anggota individu bertanggung jawab atas pembelian langsung, sedangkan jaringan keanggotaan bertanggung jawab atas pembelian tidak langsung. Inilah asal mula istilah bonus jaringan. Karena dua manfaat ini, bisnis MLM sangat diminati banyak orang.¹⁷ Fatwa DSN-MUI No 75 tahun 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menyatakan bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) syariah harus memenuhi 12 *point* ketentuan dalam dokumen/perusahaan MLM.

Sebuah perusahaan atau dokumen MLM dianggap halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila terdapat objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau jasa; barang/jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram; Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar (penipuan), *maysir* (judi), *dharar* (bahaya), *zhulm* (aniaya/merugikan salah satu pihak, dan maksiat; Tidak ada kenaikan harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh; Komisi yang diberikan perusahaan kepada anggota harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau jasa dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah).

Selanjutnya, bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi atau akad sesuai dengan target penjualan barang dan jasa yang ditetapkan oleh perusahaan; Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan jasa; Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'* (daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan); Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya; Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan dengan akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat, dan lain sebagainya; Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya; dan Tidak melakukan kegiatan *money game*.¹⁸

Dengan demikian bahwa dalam sistem dengan bonus *fee* penjualan produk Herbalife yang berdasarkan ekonomi syariah, prinsip dalam mengembangkan bisnis ini menurut syariat Islam harus bebas dari unsur *dharar*. Strategi MLM mengandalkan pengembangan

¹⁷ Azhari Akmal Tarigan, *Ekonomi dan Bank Syariah*, Medan: FKEBI IAIN Sumatera Utara, 2002

¹⁸ Luqman Nurhisam, "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)", ..., h. 183-194. DOI: 10.21043/tawazun.v2i2.6281

jaringan sehingga semakin distributor berhasil merekrut anggota baru, semakin besar pendapatan atau bonus. (risiko), *jahalah* (tidak jelas) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu produk).

KESIMPULAN

Sistem *rewards* penjualan bisnis *Herbalife* dalam bisnis yang dijalankan dengan sistem MLM tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barangnya saja, tetapi juga jasa dalam mencari *member* atau *customer fee*, *bonus*, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fikih Islam hal ini disebut *samsarah* atau *simsar*. Setiap produk *Herbalife* memiliki nilai volume *point* yang besarnya sama di seluruh negara. *Volume point* tersebut yang akan menentukan *royalty* dan bonus yang akan di dapatkan oleh pembisnis sehingga tidak ada pihak rugikan karena masing-masing akan mendapatkan sesuai dengan kontribusinya. Hal ini sesuai dalam hukum Islam mempunyai prinsip dalam berbisnis harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak). Oleh karena itu, sistem pemberian bonus harus adil, dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas. maka dapat disimpulkan Bisnis herbalife terbebas dari unsur *MAGHRIB: Maysir* (judi), *Gharar* (penipuan), *Haram*, *Riba* (bunga), dan *Bathil*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yazid, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Dewi, Gemala, et al., *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Damanuri, Aji, *Metodologi Penelitian Muamalah* Ponorogo: STAIN Po Press, 2010.
- Kiyosaki, Robet T., *The Cashflow Quadrat (Panduan Ayah Kaya Menuju Kebebasan Fonansial)*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2012.
- Nurhisam, Luqman. (2019). "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi FatwaDSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)", *Tawazun: Journal of Syaria Economic Law* 2(2). <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/98810827380884439>
- Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah*, Jilid II, Jakarta: Cakrawala Publishing, 2021.
- Santoso, Benny, *All Abot MLM - Memahami Lebih Jauh MLM dan Pernak-perniknya*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Tarigan, Azhari Akmal, *Ekonomi dan Bank Syari'ah*, Medan: FKEBI IAIN Sumatera Utara, 2002.
- Usvela, Usfit, Nurul Qomariyah dan Yahanes Gunawan Wibowo. (2019). "Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan *Herbalife*", *Jurnal Managemen dan Bisnis Indonesia* 5(2): 301.
- Dewan Syariah Nasional MUI, "Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah," dalam <https://dsnmu.or.id/daftar-perusahaan-penjualan-langsung-berjenjang-syariah/>, diakses pada tanggal 18 Januari 2022.
- Herbalife*, Buku 1 *Dasar Bisnis Anda*, t.tp.: t.p., t.th.
- Herbalife*, Buku 3 *Membangun Bisnis Anda*, t.tp.: t.p., t.th., h. 12

Herbalife, Buku 4 *Rencana Penjualan & Pemasaran dan Aturan Bisnis*, t.tp.: t.p., t.th.
Yolanda, *Hasil Wawancara*, Cengkareng, 12 Febuari 2022.