



Menelisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

Examining the Application of Sharia Principles to Sharia Tiered Direct Sales (PLBS) in Umrah Travel Products

Sri Mauludiyah¹, Muhamad Izazi Nurjaman²

¹UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jawa Barat, Indonesia

²STAI Al-Badar Cipulus Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia

Email: ¹srimauludiyah@gmail.com, ²muh.izazinurjaman@albadar.ac.id

Abstrak

Penerapan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada produk umrah penting dikaji seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk berbasis syariah. PLBS sering dianggap melanggar prinsip syariah terkait gharar dan maysir. Namun, kebutuhan akan bisnis sesuai hukum Islam mendorong pengembangan PLBS yang mematuhi syariah, seperti transparansi, akad sah, dan keadilan. Penelitian diperlukan untuk memastikan PLBS pada produk umrah sesuai prinsip syariah, memberikan keamanan hukum dan keyakinan bagi konsumen muslim. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pustaka dengan pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan teknis analisis data melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, sajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa aspek keuangan dalam perjalanan umrah memiliki signifikansi besar sebagai bagian dari ibadah Islam. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau Multi-Level Marketing (MLM) digunakan sebagai strategi untuk menggabungkan dimensi spiritual dan bisnis dalam industri umrah. Akad layanan umrah harus selaras dengan prinsip syariah, termasuk regulasi yang menjamin hak anggota dan transparansi dana. Dalam konteks akad Ijarah Maushufah fi adzimmah (persewaan dengan objek yang jelas), DSN-MUI melalui Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 memberikan panduan bagi pelaksanaan PLBS. PLBS adalah sistem pemasaran berbasis jaringan yang melibatkan penjualan layanan umrah melalui mitra dengan imbalan komisi dan bonus sesuai prinsip syariah. Penelitian ini menekankan pentingnya regulasi syariah untuk melindungi konsumen dan memastikan kepatuhan syariah dalam industri umrah.

Kata Kunci: *Prinsip Syariah, PLBS, Fatwa DSN-MUI, Perjalanan Umrah.*

Abstrack

The implementation of Sharia Multilevel Direct Selling (PLBS) on umrah products is important to study along with the increasing public interest in sharia-based products. PLBS is often considered to violate sharia principles related to gharar and maysir. However, the need for businesses in accordance with Islamic law encourages the development of PLBS that comply with sharia, such as transparency, valid contracts, and justice. Research is needed to ensure that PLBS on umrah products is in accordance with sharia principles, providing legal security and confidence for Muslim consumers. This study uses a descriptive library method with a normative legal approach. This study is a type of qualitative research with data analysis techniques through three stages, namely data reduction, data presentation and conclusions. The results of the study revealed that the financial aspect of the umrah trip has great significance as part of Islamic worship. Sharia

Multilevel Direct Selling (PLBS) or Multi-Level Marketing (MLM) is used as a strategy to combine spiritual and business dimensions in the umrah industry. The umrah service contract must be in line with sharia principles, including regulations that guarantee member rights and transparency of funds. In the context of the Ijarah Maushufah fi adzimmah contract (lease with a clear object), DSN-MUI through Fatwa No. 83/DSN-MUI/VI/2012 provides guidance for implementing PLBS. PLBS is a network-based marketing system that involves selling Umrah services through partners in exchange for commissions and bonuses in accordance with sharia principles. This research emphasizes the importance of sharia regulations to protect consumers and ensure sharia compliance in the Umrah industry.

Keyword: *Sharia Principles, PLBS, DSN-MUI Fatwa, Umrah Travel*

PENDAHULUAN

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) telah menjadi bagian integral dalam praktik bisnis modern, khususnya dalam memasarkan produk-produk yang melibatkan jasa perjalanan, termasuk perjalanan umrah. Model bisnis ini dikenal luas karena kemampuannya untuk mengembangkan jaringan pemasaran secara cepat dan melibatkan partisipasi langsung konsumen sebagai mitra bisnis (Sofwan Jauhari et al., 2023). Namun, dalam konteks syariah, penerapan PLBS memerlukan pengawasan ketat untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah yang melarang riba, gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), dan transaksi yang mengandung ketidakadilan.

Produk perjalanan umrah, yang termasuk dalam kategori ibadah, memiliki keunikan tersendiri dalam konteks PLBS. Selain aspek bisnis, ibadah umrah juga sarat dengan makna spiritual dan keagamaan yang tinggi (Zunus, 2023). Oleh karena itu, penerapan PLBS pada produk perjalanan umrah tidak hanya perlu mempertimbangkan aspek teknis dan ekonomi, tetapi juga harus sesuai dengan norma-norma syariah yang menuntut adanya keadilan, transparansi, dan kepastian hukum dalam setiap transaksi. Hal ini menjadi tantangan besar bagi para pelaku bisnis dalam memastikan bahwa praktik pemasaran dan operasional mereka sesuai dengan nilai-nilai syariah (Solihah & Solihah, 2021).

Perkembangan PLBS di Indonesia, khususnya pada produk perjalanan umrah, tumbuh seiring dengan peningkatan permintaan masyarakat untuk melakukan ibadah ke Tanah Suci. Umrah yang sifatnya tidak dibatasi oleh waktu tertentu dan lebih fleksibel dibandingkan haji, menjadikan produk ini sangat diminati oleh masyarakat Muslim Indonesia (Zunus, 2023). Kondisi ini mendorong banyak perusahaan travel umrah untuk menerapkan model PLBS dalam memasarkan produk mereka. Namun, muncul kekhawatiran di kalangan ulama dan ahli ekonomi syariah mengenai potensi penyalahgunaan sistem ini, terutama jika tidak diterapkan dengan benar. Salah satu isu yang sering dibahas adalah apakah skema komisi berjenjang yang diterapkan dalam PLBS

Menelisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

ini benar-benar sesuai dengan prinsip syariah, atautkah cenderung menyerupai skema piramida yang dilarang (Nurjaman et al., 2023).

Dalam konteks hukum Islam, setiap transaksi yang dilakukan harus bebas dari unsur penipuan dan manipulasi. Pada PLBS, ada mekanisme di mana para agen atau distributor mendapat komisi berdasarkan perekrutan anggota baru. Jika sistem ini diterapkan secara tidak tepat, akan menimbulkan gharar (ketidakpastian) yang diharamkan dalam syariah (Hakim, 2015). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana skema PLBS pada produk perjalanan umrah diterapkan dan apakah memenuhi standar etika bisnis dalam Islam. Prinsip-prinsip syariah yang mendasari sebuah transaksi meliputi keadilan, kejujuran, dan transparansi, yang mana ketiganya menjadi elemen penting untuk menghindari ketidakpastian dan ketidakadilan dalam bertransaksi.

Selain itu, kebijakan hukum di Indonesia mengenai PLBS juga perlu mendapat perhatian. Meskipun telah ada regulasi yang mengatur penjualan langsung berjenjang, penerapan prinsip-prinsip syariah pada sektor ini masih tergolong baru dan memerlukan pengembangan lebih lanjut. Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan fatwa mengenai penjualan langsung berjenjang syariah sebagai panduan bagi pelaku bisnis (DSN-MUI, 2012). Namun, implementasi di lapangan masih menghadapi banyak kendala, terutama terkait pengawasan dan kepatuhan terhadap aturan yang telah ditetapkan. Banyak perusahaan yang mengklaim sebagai PLBS Syariah, namun dalam praktiknya tidak sepenuhnya menerapkan prinsip syariah secara komprehensif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelisis lebih dalam bagaimana penerapan prinsip-prinsip syariah dalam PLBS pada produk perjalanan umrah dilakukan di Indonesia, serta mengevaluasi sejauh mana praktik ini memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh DSN-MUI dan hukum Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengembangkan model bisnis PLBS Syariah yang lebih baik, serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang muncul dalam praktik di lapangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum ekonomi syariah yang menggunakan metode penelitian studi pustaka. Sumber primer penelitian ini adalah Fatwa DSN-MUI, khususnya Fatwa DSN-MUI Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Jasa Perjalanan Umrah. Adapun sumber data sekundernya berupa buku, artikel jurnal, serta literatur lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, sehingga menjadikan sumber hukum sebagai panduan atau pedoman dalam menyelesaikan masalah penelitian. Adapun penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dengan teknik analisis data dilakukan

melalui tiga tahapan yaitu: Pertama, tahapan reduksi data. Pada tahapan ini penulis melakukan pemilahan data dari sumber data yang berhasil dikumpulkan melalui pemfokusan data yang berkaitan erat dengan objek penelitian yaitu PLBS pada produk perjalanan umrah. Kedua, tahap sajian data. Pada tahap ini penulis menyajikan data dalam bentuk narasi deskripsi, sehingga data mudah dipahami dan diinterpretasikan. Ketiga, tahap kesimpulan. Pada tahap ini, penulis melakukan penarikan benang merah dari data yang berhasil disajikan menjadi suatu kesimpulan yang memiliki novelty serta dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

PEMBAHASAN

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Untuk Pembiayaan Umroh

Perjalanan ibadah Umrah adalah jenis perjalanan yang sangat spiritual dan religius dalam tradisi Islam. Setiap tahun, ribuan Muslim dari seluruh dunia datang ke Tanah Suci untuk memulai ibadah mereka sebagai bagian dari tugas keagamaan mereka (Dani & Mudhofir, 2022). Namun, bagi banyak individu, perjalanan dengan menggunakan kapal juga memiliki komponen investasi keuangan yang signifikan. Penjualan merupakan langkah krusial dalam proses pemasaran. Penjualan berjenjang Syariah adalah strategi pemasaran komprehensif yang melibatkan perencanaan, penetapan harga, promosi, serta distribusi barang dan layanan dengan tujuan memuaskan pelanggan, baik yang telah menjadi pelanggan maupun calon pembeli (Sukirno, 2014). Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau dikenal juga dengan *at-taswiq al tijari* adalah nama lain dari PLBS, yang merupakan jenis jaringan yang memfasilitasi penjualan barang yang serupa dengan umrah melalui jaringan pemasaran yang dibangun oleh pemilik usaha (mitra usaha). Pekerja dari perusahaan bekerja sama untuk memberikan komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada pelanggan di luar toko. Metode penjualan produk didasarkan pada akad syariah yang berlaku dan prinsip-prinsip yang relevan (DSN-MUI, 2012). Untuk memicu tanggapan dan/atau transaksi penjualan, pemasaran langsung mengacu pada upaya perusahaan atau organisasi untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pelanggan yang ditargetkan. Kegiatan penjualan diam-diam mencakup berbagai tugas, seperti pemeliharaan basis data dan penjualan diam-diam (Morissan, 2013).

Salah satu sistem pemasaran yang terbukti berhasil dan saat ini menjadi andalan dalam industri pemasaran adalah sistem jangka panjang, yang mendukung berbagai kegiatan seperti Pemasaran Berjenjang dengan menggunakan sistem Pemasaran Berjenjang, atau yang lebih dikenal dengan sebutan Multi-Level Marketing (MLM). Dalam istilah lain, pemasaran berjenjang juga dikenal dengan istilah Multi-Level Marketing (MLM), yaitu proses penjualan barang atau jasa melalui jaringan penjualan yang

Menelisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

dilakukan oleh perwakilan atau mitra bisnis kepada banyak perwakilan atau mitra bisnis dengan cara yang beruntun (DSN-MUI, 2012).

Asal kata multilevel marketing adalah kata dalam bahasa Inggris yang terdiri dari kata "multilevel" dan "marketing". Menurut Kamus Inggris-Indonesia oleh John M. Echols, multilevel berarti "membuka" atau "menerima", dan marketing berarti "menjual, bertransaksi, atau bernegosiasi" (Johan and Shadily, 1996). Di samping itu, MLM syariah merupakan bentuk bisnis MLM yang mengadaptasi sistem operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dengan pendekatan ini, model bisnis MLM konvensional yang sedang mengalami penurunan diubah, disusun kembali, dan disesuaikan agar mematuhi ketentuan syariat Islam. Prinsip-prinsip etika dan moralitas dikurangi serta ditempatkan di bawah kendali prinsip-prinsip ekonomi syariah yang melibatkan hukum tauhid, akhlak, dan muamalah (Kuswara, 2005).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Multi-Level Marketing (MLM) adalah metode promosi produk yang digunakan oleh bisnis melalui perwakilan individu atau kelompok untuk mengiklankan produk mereka, menawarkan insentif atau komisi sebagai imbalan untuk distributor atau pelanggan baru yang menunjukkan pengembalian investasi yang positif. Di sisi lain, pemasaran berjenjang syariah dijalankan dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip dasar syariat Islam. Banyak peluang bisnis dalam model Multilevel Marketing (MLM) yang menciptakan skenario di mana kita memiliki berbagai pilihan saat ingin bermitra dengan perusahaan MLM. Untuk mengidentifikasi MLM yang tidak terlalu menguntungkan, ciri-ciri berikut ini dapat digunakan sebagai panduan untuk mengidentifikasi MLM yang menguntungkan (Kuswara, 2005):

1. Pendaftaran: Nilai tukarnya dalam pendaftaran seharusnya relatif sederhana. Dana yang dihasilkan dari penjualan dapat digunakan untuk menutupi biaya yang berkaitan dengan produksi kartu keanggotaan, formulir, penilaian starter kit, profil perusahaan, katalog produk, dan materi lain yang diperlukan.
2. Sistem pendukung: Grup atau perusahaan secara rutin memberikan pelatihan untuk para anggotanya. Pelatihan menjadi sangat penting dalam meningkatkan keterampilan distributor dalam mengembangkan bisnis ini. Tanpa sistem pendukung yang kuat, distributor tidak dapat menjamin bahwa mereka akan mencapai kesuksesan yang digariskan dalam model bisnis pemasaran berjenjang.
3. Perusahaan: Bisnis yang dimaksud harus memiliki kebijakan yang jelas yang mencakup hal-hal seperti akun yang telah jatuh tempo, persyaratan hukum, dan izin bangunan. Selain itu, manajer dan karyawan harus memiliki reputasi yang baik, bebas dari kegiatan kriminal, tidak memihak dalam masalah hukum, dan dianggap sebagai pemilik bisnis yang bertanggung jawab. Dalam hal keuangan, bisnis harus

- memiliki Izin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB) dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Anggota Asosiasi Penjualan Langsung (APLI) adalah anggota yang lebih bertanggung jawab. Sistem informasi perusahaan harus dapat diandalkan, stabil, dan dapat ditransfer dalam jangka waktu tertentu.
4. Perencanaan Bisnis: Ada beberapa perusahaan pemasaran berjenjang yang didasarkan pada gagasan "rencana pemasaran", yang terkait dengan strategi pertumbuhan bisnis yang mengubah prosedur kerja, struktur bonus, dan persyaratan tingkat pemula. Rencana pemasaran ini harus jelas, realistis, transparan, mudah dimengerti, dan praktis.
 5. Produk: Memiliki produk yang tersedia untuk dijual dengan harga yang wajar dan memenuhi standar kualitas yang dapat diterima adalah komponen penting dari sistem MLM. MLM pada dasarnya adalah sistem penjualan, dan sebagai hasilnya, produk apa pun yang ditawarkan-apakah itu produk atau jasa-diperlukan. Harga produk harus sesuai dengan spesifikasi dan kualitasnya. Dalam konteks pemasaran berjenjang, komisi dan bonus sangat tidak berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan distributor. Dalam sistem pemasaran berjenjang yang asli, pembayaran bonus dan komisi tidak dilakukan dengan segera dan tergantung pada seberapa cepat seseorang bergabung dengan perusahaan MLM atau berapa lama mereka bertahan di dalamnya. Sebaliknya, komisi dan bonus didasarkan pada kinerja yang berada di luar perusahaan dan berhasil dikaitkan dengan distributor; hal ini membantu bisnis MLM yang bersangkutan untuk meningkatkan volume penjualannya.

Tinjauan Terhadap Fatwa DSN-MUI No.83 tahun 2012

Masyarakat umum membutuhkan informasi yang lebih banyak mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah, sedangkan pelaku bisnis syariah membutuhkan pedoman yang jelas untuk meminimalisir risiko operasional terkait PLBS jasa perjalanan umrah. Selain itu, tujuan DSN-MUI adalah untuk memberikan panduan hukum yang komprehensif terkait praktik Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) jasa perjalanan umrah. Sehubungan dengan hal tersebut, DSN-MUI merasa berkewajiban untuk memberikan Fatwa tentang PLBS Jasa Perjalanan Umrah, yang menimbulkan kekhawatiran sebagai berikut (DSN-MUI, 2012):

Pertama, Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), yang juga dikenal sebagai *al-taswiq al-tijari*, adalah sebuah metode untuk memanfaatkan jaringan yang sudah ada, sehingga sebuah layanan tertentu, seperti umrah dalam konteks ini, disediakan melalui jaringan yang dimiliki oleh para partisipan (mitra usaha). Mereka bekerja dengan komisi sebagai imbalan dan bonus berdasarkan penjualan kepada pelanggan di luar lokasi fisik. Metode pemasaran ini dilakukan sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip syariah.

Menelisik Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

Kedua, Jasa Perjalanan Umrah berlaku baik untuk layanan perjalanan ibadah maupun penyelenggaraannya. Layanan ini mencakup dukungan administratif di bandara, akomodasi hotel dan penyediaan makanan, manasik, panduan visa, pemesanan tiket pesawat, fasilitas pemandu jemaah (muthawwif), dan manajemen ziarah. Anggota PLBS juga termasuk individu yang bekerja di perusahaan dan terlibat dalam berbagai proyek di dalam jaringan pemasaran. Selain itu, Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah menekankan pentingnya menghormati kualitas, jumlah, dan karakteristik dari jasa (mu'jar) yang hanya disebutkan selama perjalanan.

Saran hukum mengenai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dalam Umrah Perjalanan Jasa adalah untuk mengikuti peraturan dan semua ajaran kanonik dalam fatwa ini. Dalam konteks ini, PLBS Jasa Perjalanan Umrah menggunakan akad Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah untuk memberikan layanan umrah kepada peserta melalui bisnis, dan juga menggunakan akad Ju'alah untuk memulai transaksi bisnis yang bersifat diam dan berkualitas tinggi (DSN-MUI, 2012).

Akad yang digunakan dalam Kontrak Jangka Panjang Syariah (PLBS)

Akad adalah kata yang berasal dari dunia Arab dan digunakan dalam konteks pendidikan, perjalanan, dan pernikahan. Istilah ini mencakup baik penerimaan perjanjian (kabul) maupun penawaran perjanjian (ijab). Setiap interaksi atau transaksi melibatkan dua pihak atau lebih harus mematuhi prinsip-prinsip syriphrology dan tidak dapat digunakan untuk membenarkan perlakuan tidak adil terhadap orang lain (Hasan, 2003). Akad memiliki keuntungan penting dalam mengidentifikasi dan mengembangkan kesepakatan tertentu. Dalam konteks jasa perjalanan umrah syariah dari perusahaan, akad ijarah maushufah fi al-dzimmah dalam rangka penjualan langsung berjenjang. Juga, akad ju'alah dalam rangka penjualan langsung berjenjang. Akad semacam ini, yang dikenal sebagai Akad Ijarah Maushufah fi al-Dzimmah (IMFZ), tidak dijelaskan dengan baik dalam literatur klasik. IMFZ ini adalah hasil dari dua akad, yaitu ijarah dan salam. Istilah "ijarah" mengacu pada upah, jasa, atau imbalan. Menurut pandangan Hanafi, Ijarah adalah jenis transaksi yang memfasilitasi negosiasi atas hasil yang diinginkan.

Dalam konteks hukum Islam, akad salam disebut sebagai as-Salam. Menurut terminologi, ini merujuk pada proses pembelian produk di mana pemeriksaan produk dilakukan atau pembelian produk dengan karakteristik tertentu yang dijelaskan dengan jelas, dan pembayaran pembelian produk segera diselesaikan, sementara pemeriksaan produk diselesaikan pada hari yang diharapkan produk tersebut tiba. Definisi as-Salam menurut ulama Syafi'iyah dan Hambali adalah suatu jenis utang yang ditetapkan dengan menyebutkan ciri-ciri khusus dan mensyaratkan pembayaran yang lebih banyak dari biasanya, sedangkan jual beli barangnya dilakukan secara tangguh (Hasan, 2003). Jadi IMFZ adalah kurs pertukaran dengan nilai tukar tetap.

Pengetahuan mengenai akad hukum Islam Maushufah fi al-Dzimmah harus dipertimbangkan dalam berbagai konteks, termasuk yang terkait dengan regulasi bisnis,

hubungan dengan karyawan, objek akad, implementasi harga pasar jasa (ujroh), manajemen keuangan atau transfer uang, prosedur akad, regulasi dalam jaringan atau oleh pihak ketiga, dan mekanisme operasional. Berbagai ketentuan ini telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 83/DSN-MUI/VI/2012 (DSN-MUI, 2012):

Pertama, Pengetahuan tentang Perusahaan (Mu'jir)

- a. Perusahaan telah selesai mengurus semua legalitas formal dari otoritas terkait; misalnya, perusahaan telah mendapatkan persetujuan dari otoritas terkait untuk memulai bisnis umrah.
- b. Pengusaha diharuskan memiliki kapasitas untuk mengelola proyek akad, yaitu memberdayakan karyawan untuk melaksanakan tugas-tugas umrah. Kapasitas ini melibatkan kapasitas modal, manajerial, dan operasional. Misalnya, perusahaan harus memiliki dana yang cukup, kemampuan manajemen yang baik, dan sumber daya operasional untuk mengatur perjalanan umrah dengan baik.
- c. Perusahaan harus melaksanakan obyek akad yang melibatkan memberdayakan karyawan untuk melaksanakan ibadah umrah sesuai dengan jadwal dan rencana yang ditentukan dalam akad jika memenuhi persyaratan tertentu. Contoh, jika dalam akad disebutkan bahwa jamaah akan diberangkatkan pada bulan tertentu, perusahaan harus memastikan bahwa hal tersebut terlaksana sesuai jadwal.
- d. Usaha dipengaruhi oleh pendapatan berupa ujah. Contohnya ketika seorang individu menjadi jamaah dalam PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Mereka menjalin akad dengan perusahaan (Mu'jir) untuk melaksanakan umrah pada bulan tertentu. Perusahaan telah memenuhi semua persyaratan legalitas dan memiliki kemampuan untuk memberangkatkan jamaah sesuai kesepakatan. Pada saat yang ditentukan dalam akad, perusahaan mengatur perjalanan umrah jamaah tersebut, termasuk akomodasi, transportasi, dan layanan lainnya. Sebagai imbalan, jamaah membayar ujah kepada perusahaan. Ini adalah contoh aplikasi ketentuan mengenai perusahaan (Mu'jir) dalam konteks PLBS Jasa Perjalanan Umrah (DSN-MUI, 2012).

Kedua, Pengetahuan tentang aturan anggota (Musta'jir)

- a. Setiap orang harus mematuhi hukum Islam dan memiliki tekad yang kuat untuk melaksanakan ibadah umroh. Misalnya, ketika seseorang ingin mengikuti program perjalanan umroh PLBS. Mereka harus mematuhi hukum Islam, menghormati teks-teks suci, dan memiliki kebijaksanaan yang diperlukan untuk melakukan umroh.
- b. Peserta hanya diperbolehkan mendaftar untuk satu tempat, atau satu kali, di setiap program paket perjalanan ke luar negeri dan di setiap program perjalanan ke luar negeri untuk berpartisipasi dalam permainan uang. Sebagai contoh, peserta hanya boleh mendaftar untuk satu program perjalanan umroh dalam satu hari untuk mempraktekkan permainan mata uang.

Menelisik Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

- c. Anggota harus membayar biaya (ujrah) untuk dapat mengakses objek tersebut. Dalam hal ini, peserta harus membayar ujarah (biaya) yang telah disiapkan dalam akad.
- d. Peserta memiliki hak untuk memperoleh fasilitas atau objek akad jika semua persyaratan telah terpenuhi. Contohnya: Setelah semua syarat ini terpenuhi, anggota memiliki hak untuk menerima layanan perjalanan umrah yang telah dijanjikan oleh perusahaan sesuai dengan akad yang telah ditandatangani (DSN-MUI, 2012).

Ketiga, Persyaratan yang harus diperhatikan dalam Objek Akad (Mu'jar)

- a. Isi dari paket umroh harus dijelaskan dengan jelas pada saat hari H, namun jangan sampai mengabaikan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan visa, penginapan, transportasi (termasuk pesawat dan darat di Tanah Suci), jasa katering, pendamping (muthawwif), ziarah, dan bandara. Bertentangan dengan apa, seorang anggota PLBS Jasa Perjalanan Umrah mengikat akad dengan perusahaan dan dalam akad tersebut semua rincian layanan yang akan diterimanya selama perjalanan umrah, terdiri dari bimbingan manasik, pengurusan visa, akomodasi di hotel, transportasi pesawat, katering makanan, pelayanan muthawwif, ziarah dan pengurusan di bandara, sematap di akhir perjalanan umrah.
- b. Dikenal sebagai perjalanan Umrah, harus diselesaikan pada hari akad. Contohnya: Seorang anggota melakukan akad untuk perjalanan umrah yang akan dilaksanakan pada bulan tertentu, dan tanggal pelaksanaan umrah telah ditetapkan dalam akad sesuai dengan kesepakatan.
- c. Tujuan akad seharusnya menjadi objek akad (ghayah al-'aqd) bagi peserta untuk mengurangi risiko kesalahpahaman yang merupakan maqshud. Contohnya: Seorang anggota melakukan akad untuk perjalanan umrah, dan semua layanan yang disebutkan dalam akad merupakan tujuan utama dari akad tersebut. Tujuan utama akad adalah untuk melakukan umrah dengan semua layanan yang telah dijelaskan dalam akad, dan ini tidak bertentangan dengan tujuan yang diinginkan oleh anggota (DSN-MUI, 2012).

Keempat, Aturan seputar Harga (Ujroh).

- a. Biaya jasa perjalanan umrah harus dinyatakan dengan jelas segera setelah karyawan mendaftar untuk menjadi karyawan perusahaan. Sebagai contoh, seorang pegawai mendaftar ke perusahaan PLBS Jasa Perjalanan Umroh dan selama proses pendaftaran, perusahaan dengan jelas menyatakan bahwa total biaya Jasa Umroh adalah sejumlah X unit.
- b. Harga jasa biro perjalanan dapat dimasukkan dalam penelitian sebagai variabel yang dapat berubah jika terjadi perubahan harga biro perjalanan yang signifikan, yang harus diketahui dan disetujui oleh semua pihak terkait. Misalnya, dalam akad disebutkan bahwa harga paket umroh dapat berubah jika terjadi kenaikan harga

- tiket pesawat atau akomodasi yang signifikan. Jika terjadi perubahan, maka karyawan dan perusahaan akan menyesuaikan harga.
- c. Ketentuan-ketentuan ziarah dapat didiskusikan secara rinci dengan perusahaan pada saat acara berlangsung (dengan uang muka) atau sesuai dengan tujuan yang telah diputuskan sebelumnya. Sebagai contoh, peserta akad diwajibkan untuk membayar seluruh biaya perjalanan umroh secara tunai pada saat akad berlangsung.
 - d. Harga layanan perjalanan cenderung tidak mengalami kenaikan yang signifikan (markup) yang dapat merugikan peserta karena tidak adanya korelasi dengan kualitas atau nilai layanan yang diterima. Sebagai contoh, pelaku usaha tidak dapat menetapkan harga yang wajar untuk layanan yang diberikan selama umroh, dan cenderung menetapkan harga yang lebih tinggi daripada yang diberikan dengan penjelasan yang jelas dan transparan dan yang lebih rendah daripada kualitas layanan yang diberikan.
 - e. Jika sebuah organisasi menerima diskon untuk layanan perjalanan umrohnya, maka manfaat atau hasil dari diskon tersebut akan diteruskan kepada karyawan, kecuali ada masalah lain yang belum terselesaikan di akun tersebut. Sebagai contoh: Jika perusahaan menerima potongan harga untuk pesawat, maka potongan tersebut harus didiskusikan dengan karyawan atau dianggap sebagai keuntungan bagi karyawan sesuai dengan tanggung jawab mereka berdasarkan perjanjian. Ketentuan harga (Ujroh) ini bertujuan untuk melindungi hak anggota dalam PLBS Jasa Perjalanan Umrah dan memastikan bahwa harga yang ditentukan sesuai dengan manfaat yang diterima, serta mencegah praktik peningkatan harga yang merugikan anggota secara berlebihan (DSN-MUI, 2012).

Kelima, Ketentuan Pendaftaran atau uang muka

- a. Biaya Administrasi Pendaftaran (Tanda Anggota, Formulir, Buku Panduan): contoh, seorang calon jamaah umrah mendaftar pada sebuah PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Perusahaan hanya menarik biaya pendaftaran yang melibatkan administrasi pendaftaran, seperti biaya untuk tanda anggota, formulir pendaftaran, pencetakan buku panduan perjalanan umrah, dan biaya administratif lainnya. Biaya ini harus wajar dan hanya digunakan untuk menutup biaya-biaya administratif yang berkaitan dengan pendaftaran.
- b. Uang Muka Sebagai Bagian dari Harga Obyek Akad: seorang calon jamaah umrah ingin mendaftar untuk program umrah yang ditawarkan oleh PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Harga obyek akad (program umrah) tidak dibayarkan lunas saat akad dilakukan. Sebagai gantinya, perusahaan meminta calon jamaah umrah untuk membayar sebagian uang muka sebagai bagian dari harga obyek akad. Uang muka ini harus wajar dan harus digunakan oleh perusahaan untuk mempersiapkan dan melaksanakan program umrah sesuai dengan yang telah direncanakan.

Menelisik Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

- c. Penggunaan Uang Muka untuk Memenuhi Akad: Uang muka yang dibayarkan oleh calon jamaah umrah harus digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi akad. Ini berarti uang muka tersebut harus digunakan untuk mempersiapkan dan melaksanakan program umrah, termasuk biaya untuk akomodasi, transportasi, visa, dan layanan umrah lainnya. Jumlah uang muka yang digunakan untuk ini harus masuk akal dan sesuai dengan program umrah yang ditawarkan.
- d. Pemisahan Dana Uang Muka dan Ujrah: Perusahaan harus memiliki catatan keuangan yang memisahkan dana yang dimiliki oleh calon jamaah umrah (uang muka) dan jumlah ujrah (harga jasa perjalanan umrah) yang diterima oleh perusahaan. Hal ini diperlukan untuk memastikan transparansi dalam pengelolaan dana yang diterima, dan agar calon jamaah umrah yakin bahwa uang muka mereka digunakan sesuai dengan tujuan dan sesuai dengan perjanjian akad (DSN-MUI, 2012).

Keenam, Pengetahuan dalam Pembatalan

- a. Perusahaan atau karyawan tidak dapat mendiskusikan akad ijarah mausufah fi al-dzimmah tanpa menghadapi udzur syar'i. Misalnya, seorang karyawan ingin mendiskusikan akad ijarah mausufah fi al-dzimmah tanpa menghadapi udzur syar'i. Hal ini merupakan halangan, dan perdebatan yang terjadi sangat tidak bijaksana.
- b. Bisnis atau karyawan tidak diperbolehkan untuk mendiskusikan akad hukum Islam di Al-Dzimmah tanpa izin dari Syar'i. Sebagai contoh, pelaku usaha perlu mendiskusikan mausufah fi al-dzimmah karena ada ganggang yang tumbuh di daerah tempat misi umroh berada, sehingga perjalanan tidak memungkinkan. Dalam hal ini, harga obyek akad yang telah disepakati oleh para pihak harus dipegang teguh.
- c. Jika perusahaan memutuskan untuk menggunakan akad ijarah mausufah fi al dzimmah secara syar'i, maka seluruh biaya yang terkait dengan akad yang telah dibayarkan kepada perusahaan harus dikembalikan kepada peserta. Dalam hal ini, harga obyek akad akan dibayarkan kembali kepada peserta setelah biaya biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk perjalanan umrah tersebut berkurang.
- d. Jika anggota terlibat dalam ijarah mausufah fi al-dzimmah tanpa formalitas apapun, maka tidak akan ada pembayaran biaya kepada anggota. Sebagai contoh, seorang peserta bersedia untuk melanjutkan perjalanan tanpa konsekuensi negatif, seperti masalah kesehatan atau luka. Dalam hal ini, karyawan tersebut tidak berhak atas kenaikan harga obyek akad, dan mereka dialihkan ke PLBS Jasa Perjalanan Umrah lagi di kemudian hari.
- e. Mereka yang memiliki kinerja yang baik diundang untuk bergabung kembali dengan PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Sebagai contoh, seorang anggota menyelesaikan ijarah mausufah fi al-dzimmah tanpa konsekuensi negatif dan menerima manfaat yang diharapkan. Setelah beberapa waktu, peserta tersebut ingin melanjutkan

hubungannya dengan PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Namun, mengingat hal ini, karena ia telah menyelesaikan pekerjaan rumahnya tanpa bantuan dan telah menerima sanksi, ia tidak diizinkan untuk bergabung kembali dengan PLBS Jasa Perjalanan Umrah. Dalam hal ini, jika mereka masih bertekad untuk memenuhi kewajibannya, mereka harus mencari pilihan lain untuk perjalanan umrah mereka (DSN-MUI, 2012).

Ketujuh, Peratiran Tentang Jaringan dan Penyelenggara

- a. Penyelenggaraan PLBS Jasa Perjalanan Umrah harus memperhatikan ighra', jahalah, tadlis, gisysy, talbis, kitman, syubhat, money game, gharar, maysir, riba, dharar, dan zhulm.
- b. Jika keberangkatan umrah mengalami dampak negatif akibat kegagalan bisnis, maka anggota atau pemangku kepentingan memiliki kewajiban untuk mendiskusikan akad dari Jasa Perjalanan Umrah tersebut. Selanjutnya, pelaku usaha perlu meninjau kembali dana (bunga yang dibayarkan oleh karyawan kepada pelaku usaha) yang telah dibayarkan.
- c. Dilarang menarik biaya untuk melakukan peningkatan level (naik peringkat) pada saat akad. Contoh: Penyelenggara tidak boleh membebankan biaya tambahan kepada anggota untuk meningkatkan level atau naik peringkat dalam jaringan. Ini menunjukkan prinsip bahwa struktur kompensasi harus adil dan tidak membebankan anggota dengan biaya yang tidak masuk akal.
- d. Jika karyawan tidak dapat menyumbangkan dana untuk menutupi kekurangan biaya umroh atau tidak memberikan hasil yang sebanding dengan karyawan lain dalam waktu yang telah ditentukan, maka perusahaan tidak akan dapat menggunakan dana yang cukup untuk menutupi biaya perjalanan umroh. Sebagai gantinya, perusahaan perlu memecah paket perjalanan umrah menjadi dana individu karyawan atau mitra setelah biaya yang telah disepakati sebelumnya dikurangi (DSN-MUI, 2012).

Kedelapan, Peraturan dalam Mekanismenya

- a. Ketika seorang karyawan menawarkan diri mereka sebagai karyawan kepada sebuah perusahaan.
- b. Peserta diwajibkan membayar sejumlah uang maushufah fi al-dzimmah yang telah diselesaikan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Sebagai bagian dari penyiapan paket perjalanan umrah, perusahaan berhak mendapatkan Ujrah segera setelah paket tersebut diterbitkan (objek akad ijarah maushufah fi al-dzimmah).
- d. Karyawan diwajibkan untuk melakukan penjualan produk untuk perjalanan umrah serta pelatihan ulang karyawan dan orientasi bagi karyawan lainnya.

Menelisik Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

- e. Sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi karyawan dalam reorganisasi dan merger perusahaan, karyawan diberikan imbalan ju'alah (ju'l) sesuai dengan akad ju'alah.
- f. Kesimpulan Karyawan menerima paket perjalanan umroh dari perusahaan dengan akad ijarah maushufah fi al-dzimmah (DSN-MUI, 2012).

Berdasarkan ketentuan di atas penerapan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada produk perjalanan umrah memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang dan beroperasi secara efektif, selama pelaksanaannya benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini hanya dapat dicapai jika setiap tahapan transaksi dijalankan dengan tingkat transparansi yang tinggi, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau tidak memahami secara jelas hak dan kewajibannya. Penggunaan akad yang sah sesuai dengan ketentuan hukum Islam merupakan elemen fundamental dalam memastikan bahwa setiap kesepakatan dan kontrak yang dilakukan dalam sistem PLBS ini bebas dari unsur-unsur yang dilarang, seperti gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi), yang dapat merusak keabsahan transaksi.

Fatwa DSN-MUI No. 83/2012 telah memberikan panduan yang sangat jelas, menjadi landasan hukum yang kuat dalam mengatur bagaimana PLBS dapat dioperasikan secara syariah. Fatwa ini menegaskan bahwa semua bentuk transaksi dalam PLBS harus memenuhi prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi, sehingga keuntungan yang diperoleh, baik oleh penyedia layanan maupun oleh mitra, dibagi secara adil sesuai dengan upaya dan kontribusi masing-masing. Namun, keberhasilan penerapan PLBS dalam industri perjalanan umrah ini tidak hanya bergantung pada aturan dan fatwa yang ada, tetapi juga pada implementasinya yang konsisten di lapangan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan adanya pengawasan yang ketat dari lembaga-lembaga terkait, baik dari sisi pemerintah maupun otoritas syariah, untuk memastikan bahwa setiap proses berjalan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Selain itu, kepatuhan penuh terhadap regulasi yang berlaku juga sangat diperlukan agar bisnis ini dapat berjalan secara berkelanjutan, tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi kepatuhan terhadap syariah. Dengan demikian, penerapan PLBS dalam produk perjalanan umrah dapat menjadi model bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga mampu menjaga integritas syariah, melindungi konsumen muslim dari potensi kerugian, serta menjadikan industri ini beroperasi dengan nilai-nilai Islam yang kokoh, berkeadilan, dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas menunjukkan bahwa penerapan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada produk perjalanan umrah memiliki potensi besar untuk berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, asalkan dijalankan dengan

memprioritaskan transparansi dalam setiap transaksi, penggunaan akad yang sah sesuai dengan hukum Islam, serta memberikan perlindungan maksimal terhadap hak-hak konsumen yang terlibat. Fatwa DSN-MUI No. 83/2012 menjadi panduan penting yang memberikan landasan hukum yang kuat untuk memastikan bahwa sistem PLBS ini dapat beroperasi tanpa adanya unsur gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi), sambil tetap mempertahankan keadilan dalam pembagian keuntungan kepada para mitra dan konsumen. Meski demikian, untuk memastikan keberlanjutan sistem ini, dibutuhkan pengawasan yang ketat dari lembaga-lembaga terkait, serta kepatuhan penuh terhadap regulasi yang berlaku. Hal ini menjadi sangat penting untuk menjaga integritas sistem PLBS dalam industri perjalanan umrah, sehingga mampu melindungi konsumen muslim dan menjadikan bisnis ini berkelanjutan serta sesuai dengan nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Anwar Dani, Mudhofir, M. M. (2022). Makna Umrah Bagi Muslim Madura. *Jurnal Reflektika*, 17(1), 141–186.
- DSN-MUI. (2012). *Fatwa DSN-MUI Nomor 83 tahun 2012 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Jasa Perjalanan Umrah*. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia.
- Hakim, I. D. A. dan A. (2015). Analisis Kepuasan Jamaah Umrah Terhadap Penerapan Sistem Pemasaran Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Pada Pt Arminareka Perdana. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1–24. <http://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/>
- Hasan, M. A. (2003). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. RajaGrafindo Persada.
- Kuswara. (2005). *Mengenal Multi Level Marketing Syariah*. Amal Actual.
- M. Echols Johan and Hasan Shadily. (1996). *Kamus Inggris Indonesia, 4th ed*. Gramedia Pustaka Utama.
- Morissan. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. PrenadaMedia Group.
- Nurjaman, M. I., Rojikin, I., Pary, H., Hasim, S., & Ayu, D. (2023). Implementation Of Agreements In Multi Level Marketing (Mlm) Business Schemes Based On Sharia Principles. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3331. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10815>
- Sofwan Jauhari, M., Ghoni, A., Sugiyono, F., Dirosat, S., & Al-Hikmah, I. (2023). Analisis Model Bisnis MLM Syariah Berdasarkan Fatwa MUI Nomor 75 Tahun 2009: Studi Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Sebagai Alternatif Aman Dalam Menghindari Money Game. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(02), 457–470. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5117>
- Solihah, S., & Solihah, S. (2021). *275-Article Text-403-1-10-20210822.pdf*. 4(2), 167–183.
- Sukirno, S. (2014). *Pengantar Bisnis*. PrenadaMedia Group.

Menelisik Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Pada Produk Perjalanan Umrah

Zunus, M. (2023). *Sejarah, Ketentuan, dan Hikmah Disyariatkannya Ibadah Haji*.
<https://www.kemenag.go.id/hikmah/sejarah-ketentuan-dan-hikmah-disyariatkannya-ibadah-haji-zjFts>