

مراجعة فتوى رقم. DSN MUI / 75 / فتوى رقم. DSN-MUI / VII / 2009 عن التسويق الشبكي الاسلامي فيما يتعلق بآلية منح المكافآت المشروطة أثناء تحقيق الاعضاء لأهداف البيعات في Oriflame Beauty Cosmetic Magelang

نوفان فتح الفينتا  
novan.fatchu@unida.gontor.ac.id

زلفة السعدية  
zulfatussadiah@unida.gontor.ac.id

محمد شفاء الراشدين  
syifaurosyidin@unida.gontor.ac.id

محمد غيزاغ حق رزاني  
haqrazanigezag@gmail.com  
كلية الشريعة، جامعة دار السلام كونتور

## ABSTRAK

*Bisnis oriflame sungguh sangat pesat dalam pemasaran produk, banyak nya minat yang di minati oleh masyarakat dalam bisnis ini baik dalam konsumsinya mau pun dalam pemasarannya. Di dalam oriflame terdapat banyak sekali bonus dan bonus ini yang terkenal di perusahaan ini akan tetapi terdapat hal yang tidak sesuai dari penerapan bonus ini yakni adanya bonus yang sudah dapat di claim bagi member oriflame yang mana bonus ini diclam pada jatuh tempo yang sudah di berikan, dan ketika di claim bonus itu tidak dapat*

*di ambil di karnakan ada beberapa syarat yang mana tidak di cantumkan di akad pertama dalam penyampaian bonus pada membernya yang mana seorang member harus membeli barang dari oriflame di masa yang akan datang tetapi syarat ini belum mutlaq dari oriflame, dan syaratnya hanya perkiraan saja dari seorang member bukan mutlaq dan konkret dari perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme claim pemberian bonus pada pencapaian target penjualan oleh member multi level marketing di oriflame beauty cosmetic dan untuk mengetahui tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap mekanisme claim pemberian bonus bersyarat pada pencapaian target penjualan oleh member multi level marketing oriflame beatuy cosmetic. Jenis penelitian kualitatif lapangan. Dengan Metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi dan setelah semua data data yang sudah di kumpulkan lalu di Analisa dengan fatwa DSN MUI No. 75/ DSN-MUI/VII/2009 dengan metode deskriptif. Dari pada hasil pembahasan dari penelitian ini, mekanisme dalam pencapaian target yang di lakukan oleh member untuk mendapatkan bonus yaitu Member harus melakukan penjualan barang dari oriflame, Member harus mengumpulkan jumlah point yang sudah di kumpulkannya dari hasil penjualan barang Dan Member harus melakukan penyetoran point atau melakukan sistem tutup Point Dan dari sudut pandang fatwa DSN MUI No. 75/ DSN-MUI/VII/2009 terhadap bonus point yang bersyarat oriflame sudah memenuhi dasar dasar yang ada ketentuan dalam fatwa, karna syarat yang di tentukan oriflame sudah seperti dengan persyaratan yang terdapt dalam fatwa ini.*

**Kata Kunci:** Pemberian bonus bersyarat, Penjualan langsung berjenjang syariah, Fatwa DSN MUI No. 75/ DSN-MUI/VII/2009

## الملخص

إن عمل Oriflame سريع جدًا في تسويق المنتجات ، وهناك اهتمام كبير في المجتمع في هذا العمل سواء في الاستهلاك أو في التسويق. يوجد في Oriflame الكثير من المكافآت وهذه المكافآت معروفة جيدًا في هذه الشركة ، ولكن هناك أشياء غير مناسبة لتنفيذ هذه المكافأة وهي: هناك مكافأة يمكن المطالبة بها لأعضاء Oriflame حيث يتم المطالبة بهذه المكافأة في تاريخ الاستحقاق الذي تم منحه ، وعند المطالبة لا يمكن الحصول على المكافأة نظرًا لوجود العديد من الشروط التي لم يتم ذكرها في العقد الأول في تسليم المكافأة لأعضائها حيث يجب على العضو شراء سلع من oriflame في المستقبل ولكن هذا الشرط ليس مطلقاً من oriflame ، والشروط هي فقط تقديرات من عضو غير مطلقة وملموعة من الشركة. كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة آلية منح المكافآت لتحقيق أهداف المبيعات من قبل أعضاء التسويق متعدد المستويات في Oriflame Beauty Cosmetics ومعرفة مراجعة VII / 2009DSN-MUI Fatwa No. 75 / DSN MUI بشأن إرشادات البيع المباشر المتدرج وفقاً للشريعة فيما يتعلق بآلية منح المكافآت المشروطة لتحقيق أهداف المبيعات من قبل أعضاء

التسويق متعدد المستويات لمستحضرات التجميل من *Oriflame*. نوع البحث الذي يستخدمه الباحثون هو نوع بحث وصفي نوعي . بهدف الحصول على البيانات من خلال المراقبة والنظر مباشرة إلى الأشياء في الميدان. من نتائج مناقشة هذه دراسة يتم تطبيق آلية تحقيق الأهداف من قبل الأعضاء للحصول على مكافآت ، أي يجب على الأعضاء بيع البضائع من *Oriflame* ، ويجب على الأعضاء جمع عدد النقاط التي تم جمعها من بيع البضائع ويجب على الأعضاء إيداع النقاط أو تنفيذ نظام إغلاق النقاط ومن وجهة نظر فتوى 75 / VII / 2009 DSN MUI No. DSN-MUI فيما يتعلق ببناطق المكافأة التي تم الحصول عليها بشرط لا يوجد توافق مع أحكام فتوى *DSN MUI* ، لأن المكافأة المشروطة في *Oriflame* لم يتم تحديدها بوضوح وبشكل ملموس مقابل الشروط من الشركة مباشرة وهناك عنصر عدم الكفاءة والعدالة في توزيع اللجان على الأعضاء الذين لم يحققوا الهدف

**الكلمات الرئيسية:** المشروطة، البيع المباشر المتدرج وفق الشريعة الإسلامية، فتوى DSN MUI رقم ٥٧ / VII / ٢٠٠٩

## المقدمة

في المعامل مصطلح في الإسلام يشير إلى العلاقات الاقتصادية أو التفاعلات بين الأفراد أو الجماعات في المجتمع. يعطي هذا المصطلح العديد من جوانب الحياة اليومية ، بما في ذلك التجارة والتمويل والعقود والمنح والقروض والاستثمارات وما إلى ذلك. تقوم مبادئ المعاملة في الإسلام على التعاليم الدينية والقيم الأخلاقية التي تهدف إلى تحقيق العدل والمساواة والتوازن في العلاقات الاقتصادية.<sup>1</sup>

في الممارسة اليومية ، يجب القيام بالمعاملة بوعي كامل ونزاهة ومسؤولية. يتوقع من المسلمين الانتباه إلى مبادئ المعاملة هذه في كل معاملة وتفاعلهم الاقتصادي ، سواء على المستوى الشخصي أو على نطاق أوسع ، مثل التجارة الدولية أو العلاقات التجارية بين البلدان ، والمعاملة تعني باللغة العربية "العلاقات التجارية" أو (الاجتماعية والاقتصادية) علاقات". في السياق الإسلامي ، تشير

<sup>1</sup>Muhammad Nuruzzaman Syam dan Mahmud Arif, "Muamalah dan Akhlak dalam Islam," *Manarul Quran: Jurnal Studi Islam*, 22.1 (2022), p,1-11.

كلمة معملة إلى جميع العلاقات أو التفاعلات الإنسانية في المجال الاقتصادي ، مثل البيع والشراء ، والقروض ، والمدايا ، وما إلى ذلك. لذلك ، تصبح العملة جزءاً مهماً من الحياة اليومية للمسلمين<sup>١</sup>

في المعاملة ، هناك العديد من المبادئ التي يجب أن يطيعها المسلمين. أولاً ، يجب أن تكون العدالة هي المبدأ الأساسي في جميع التفاعلات الاقتصادية. العدل في المعاملة يعني المساواة في الحقوق بين الطرفين ، من حيث السعر والجودة والوقت. ثانياً ، يجب أن تتم المعاملات الاقتصادية بنوايا واضحة وصادقة ، دون أي عنصر من عناصر الغش والخداع. بالإضافة إلى ذلك ، تشجع المعملة المسلمين على توخي الحذر في اختيار المنتج أو الخدمة التي يشتريونها. يجب أن تكون المنتجات أو الخدمات المشتراة حلال ومتوافقة مع القيم الدينية الإسلامية. يجب أيضاً تجنب الانخراط في ممارسات الربا أو المعاملات التي تحتوي على عناصر المقامرة. إن المعاملة جزء مهم من حياة المسلمين ، لأنها من خلال هذه المبادئ يسعى الإسلام إلى إقامة مجتمع عادل ، عادل ومتناهٍ. من خلال اتباع مبادئ المعملة ، من المتوقع أن يقييم المسلمون علاقات جيدة في جميع جوانب الحياة وبناء اقتصاد مستدام وعادل.<sup>٢</sup>

ستعمل المعامل دائمًا جنباً إلى جنب مع البيع والشراء اللذين سيكونان دائمًا مرتبطين ببعضهما البعض ولا يمكن فصلهما عن هذا في المعنى. يعد البيع والشراء أحد الجوانب المهمة في عملية المعاملات التي تنطوي على المعاملات الاقتصادية بين البائعين والمشترين. الشراء والبيع هو نشاط يتم تنفيذه بشكل شائع في الحياة اليومية ، سواء على المستوى الفردي أو التجاري. في الأساس ، الشراء والبيع هو عملية تبادل السلع أو الخدمات بين طرفين بسعر صرف متفق عليه. تتضمن معاملات البيع والشراء البائعين الذين يعرضون سلعهم أو خدماتهم على المشترين المهتمين بالحصول على هذه السلع أو الخدمات<sup>٣</sup> ،

<sup>2</sup>Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), p.5.

<sup>3</sup>Eka Sakti Habibullah, "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam," Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2.01 (2018)p, 25.

<sup>4</sup>Fatahul Lathip, "Praktik Jual Beli Arisan Uang Dalam Tinjauan Fikih Muamalah (Studi Kasus Di Dusun Tegalduwur Desa Wadunggetas Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten)," Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum dan Filantropi, 1.2 (2019) p, 151–62.

التبادل: الشراء والبيع ينطويان على تبادل القيمة بين البائع والمشتري. يعرض البائع سلعاً أو خدمات تعتبر ذات قيمة للمشترين المهتمين بالحصول عليها. يمكن أن يكون هذا التبادل في شكل سلع مادية مثل الطعام أو الملابس أو المركبات ، بالإضافة إلى خدمات مثل الخدمات الاستشارية أو الإصلاحات أو التسليم. يريد البائع بيع السلع أو الخدمات التي يمتلكها لتحقيق ربح أو الحصول على رضا اقتصادي. وفي الوقت نفسه ، يحاول المشترون الحصول على السلع أو الخدمات المطلوبة أو المرغوبة لتلبية احتياجاتهم الشخصية أو التجارية.

تضمن خلفية البيع والشراء تحديد سعر وقيمة السلع أو الخدمات التي يتم تداولها. يتم تحديد الأسعار بناءً على اعتبارات السوق وتكاليف الإنتاج والطلب والعرض بالإضافة إلى القيم التي يعتبرها الطرفان عادلة. في الجوهر ، يعكس السعر والقيمة القيمة المتصورة لدى البائعين والمشترين للسلع أو الخدمات التي يتم تداولها. الاتفاقية والشروط: يتم البيع والشراء من خلال اتفاقية بين البائع والمشتري. تضمن هذه الاتفاقية الشروط التي يجب أن يستوفيها الطرفان ، مثل السعر وجودة السلع أو الخدمات ووقت ومكان التسليم ، بالإضافة إلى حقوق والتزامات كل طرف. تهدف هذه الاتفاقية إلى إنشاء إطار واضح ومفيد للطرفين للبائعين والمشترين.

نظرًا للمفهوم السريع المتزايد للشراء والبيع باستخدام نظام تقني ، فقد طور العديد من الخبراء هذه الآلية ، أي تشكيل البيع والشراء المتدرج ، والتسويق متعدد المستويات (MLM) أو التسويق الشبكي هو نموذج أعمال يتضمن البيع المباشر للمنتجات أو الخدمات ، حيث يحصل الموزعون أو أعضاء الامتيازات والرهون البحرية على تعويض إما من بيع منتجاتهم الخاصة أو من تجنيد أعضاء جدد في شبكتهم. للقيام بمهام التسويق أو التوزيع بشكل مستقل دون تدخل مباشر من الشركة. المكافأة على شكل خصم ،<sup>5</sup>

<sup>5</sup>Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam," *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.1 (2016), p. 19.

## تسويق الشبكي

يأتي التسويق الشبكي من اللغة الإنجليزية مما يعني الكثير بينما المستوى يعني التسويق ، لذلك من بعض ما تم ذكره أعلاه يمكن استنتاج أن الامتيازات والرهون البحرية هو تسويق شرعي ، يشار إليه على أنه متعدد المستويات لأنه منظمة موزع تقوم بتنفيذ مبيعات متعددة المستويات أو متعددة المستويات. ويمكن أيضاً تفسير التسويق متعدد المستويات على أنه مفهوم لنظام المبيعات حيث يتم تقديم المبيعات أو الترويج لها إلى الموزع ، حيث يتم تطوير هذا النظام بشكل أكبر ، والعودة إلى شبكة موزعين متدرجة أو أكثر في بيع البضائع أو الترويج للسلع.<sup>٦</sup>

## آلية المكافأة مشروطة بتحقيق أهداف المبيعات من قبل أعضاء أوريفلaim بيوي ماجيلاج للتجميل

### حساب وتراكم مكافأة أوريفلaim

إن عمل شركة Oriflame كبير بالفعل ، لذا فإن إعطاء مكافآت أو نتائج أكثر لا يجعل الشركة رقي لأن نظام المكافآت يستخدم لجعل العملاء يظلون عملاء مخلصين و Oriflame تحصل هذه المكافأة هدية لأعضائها المخلصين الذين يريدون القتال من أجل تتقىم الشركة وتمكنها التنافس مع الشركات الأخرى.

١. الأشياء التي يجب على الأعضاء القيام بها عندما يريدون الحصول على مكافآت من جمع النقاط  
(١) يجب على الأعضاء بيع المنتجات.

إذا كنت ترغب في الحصول على مكافأة من Oriflame ، يجب على العضو بيع منتجات Oriflame. من بيع منتجات ، Oriflame سيستعيد العضو نقاطاً.

(٢) يجب على الأعضاء جمع النقاط  
عندما يقوم الأعضاء ببيع المنتجات والتعليقات التي يحصلون عليها

<sup>٦</sup>Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Muamalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), p. 20

ليست فقط نتيجة المبيعات ، سيحصل الأعضاء أيضًا على نقاط إضافية إذا قاموا ببيع منتجات من Oriflame وسيتم استبدال النقاط التي تم الحصول عليها بالسلع أو المال.

(٣) يجب على الأعضاء إغلاق النقاط.

(٤) يجب على كل عضو انضم إلى شركة Oriflame عند محاولته جمع مكافأة على بيع البضائع من Oriflame إكمال هذه النقطة على أساس أن النقطة قد تم إغلاقها ، فلماذا إذا لم يتم إغلاق نقطة المكافأة ، فستظل المكافأة ثابتة مصادرته لأن هناك بالفعل حدًا قدمته الشركة<sup>٧</sup> لأن الأعضاء الذين لم يتمكنوا من القيام بمفهوم نقاط الإغلاق في عملية البيع لمدة شهر واحد ثم ستحتفظي المكافأة ولن يحصلوا على عمولة من الشركة وفي الشهر القادم المكافأة التي تم ستعود الجموعة التي تم جمعها هذا الشهر إلى القيمة . الاسمية أو ستتم إعادة تعيينها مرة أخرى من قبل الشركة وإذا تم إغلاق مستوى العضو ، سيزداد عدد النقاط المكتسبة ، وستستمر أيضًا عملية نقطة التوقف الخاصة بـ ١٠٠ نقطة إضافية في التطبيق<sup>٨</sup>

إن تحقيق نقاط المكافأة في Oriflame له حد يجب إكماله حًقا إذا كنت ترغب في الحصول على أو العثور على مكافأة من Oriflame ولدى Oriflame نظام نقاط مستهدف للأعضاء الذين وصلوا إليه لأنه في Oriflame يتم استخدام هذا النظام ، لذلك في ذكره للأعضاء هو الآخر هو النقطة المستهدفة ، عند الوصول إلى النقطة ، ستعود جميع النقاط التي تم جمعها إلى رقم فارغ لا يتم منح مكافآت Oriflame من قبل الأعضاء فقط ولكن أولئك الذين يشاركون في المساهمة في تحسين Oriflame ، وهم:

(١) يصبح تاجر عندما يصبح العضو جزءاً من Oriflame ويركز أكثر على شيء واحد ولا يتبع من عوامل أخرى ، فإن المكافأة التي يتم الحصول عليها تشبه تماماً ما تم القيام

<sup>٧</sup> ويندي ، (مستشار٪ ١٢) نتيجة المقابلة المباشرة ٥:٢٠ مارس oriflame ماجيلانج

<sup>٨</sup> رودة الشفافية ، (مستشار٪ ١٦) نتيجة المقابلة المباشرة: ٤ مارس oriflame ماجيلانج

به. ٣٢٪ من عائدات المبيعات والمكافآت التي يحققوها لا يمكن تطبيقها على مفهوم المكافأة المفقودة ، بمعنى آخر ، ستكون المكافآت التي تم ربحها موجودة دائمًا.

## ٢) كن رجل أعمال

نظام المكافآت التجارية هو مفهوم التشجيع على العمل لأولئك الذين يحاولون إذاً أقوياء في المحاولة ، فإن المكافآت التي تتحققها لن تذهب سدى ، والمكافآت هي مفهوم رجال الأعمال الذين لديهم مفهوم المكافآت التي تستثير حماسة شديدة لـ من أجل تحقيق أرباح كبيرة وفقًا للمكافآت التي ترغب في جنيها أو ربحها لأن Oriflame تستخدم مفهوم نظام التسويق متعدد المستويات ، يتم تضمين المكافآت في شروط مفهوم التسويق متعدد المستويات. الهدف ، لذلك هناك هو حد مكافأة يجب تحقيقه إذا لم يتم تطبيق هذا المفهوم ، فلن يكون لدى رجال الأعمال حماس قوي في إدارة أعمالهم.

MUI Fatwa DSN 75 / DSN MUI رقم / VII / 2009 بشأن البيع المباشر المدرج وفقًا للشريعة الإسلامية فيما يتعلق بآلية منح المكافآت بناءً على تحقيق أهداف المبيعات من قبل أعضاء oriflame beauty cosmetic ماجيلانج

في توزيع المكافآت أو العمولات ، الموجودة في Oriflame ماجيلانج ، يتم تقديم المكافآت بشكل مشروط في الفتوى ، وقد تم توضيح أن العمولات هي مكافآت تُمنح لشريك أو عضو قام بأنشطة عمل منتظمة على أساس نتائج العمل الذي تم إنجازه. فعل ذلك في حين أن المكافأة هي إضافة إلى نتائج العمل الذي تم على أساس النجاح الذي يتتجاوز هدف المبيعات للسلع أو الخدمات التي حددتها الشركة.<sup>٩</sup>

يجب أن تكون كل شركة تستخدم نظام تسويق متعدد المستويات قد استوفت العناصر التي تم وضعها وتنظيمها أيضًا بواسطة fatwa MUI DSN 75 / DSN-MUI / VII / 2009 بشأن إرشادات البيع المباشر على مستوى الشريعة

<sup>9</sup>Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang

الإسلامية.

يجب أن تستند العمولة التي تمنحها الشركة للأعضاء ، من حيث الحجم والشكل ، إلى أداء العمل الحقيقي المرتبط بحجم أو قيمة مبيعات السلع أو منتجات الخدمة ويجب أن تكون الدخل الرئيسي لشركاء الأعمال في PLBS ، في oriflame يجب على جميع أعضاء مجاليانج جمع النقاط على الرغم من أن النقاط المكتسبة على الهدف لأنه إذا لم يجمع الأعضاء النقاط التي حصلوا عليها فلن يحصلوا على المكافآت التي حققوها ، وفي Oriflame سيتم منح عمولة أو مكافأة عندما ينبع العضو في بيع منتج عن طريق الوصول إلى النقطة المحددة وليس لتجنيد الأعضاء. تمنح Oriflame عمولات للأعضاء بشرط أن يصلوا إلى الهدف الذي تم تحقيقه فإذا لم يستوف العضو متطلبات المكافأة التي تم تحصيلها ، فلا يمكن الحصول على المكافأة.

يجب أن تكون المكافآت التي تمنحها الشركة للأعضاء (شركاء الأعمال) مرتبطة بشكل واضح بالمبلغ والتحديد في البداية ، وأيضاً وفقاً للمبيعات المستهدفة للسلع ومنتجات الخدمة التي حدتها الشركة. الغرض الرئيسي من منح Oriflame مكافآت للأعضاء هو كمكافأة لأن أداء العضو جيد وجيد ودخل في المهنة التالية. السيارة وشراء التذاكر في الخارج وجميع الشروط الواردة في الأحكام واردة بالفعل في خطة النجاح . قد لا تكون هناك عمولات أو مكافآت سلبية يتم الحصول عليها بانتظام بدون تدريب و / أو بيع سلع أو خدمات

مناستنتجت نتائج المكافآت التي حددتها الباحث أن oriflame لن تمنح مكافآت لأولئك الذين لا يقومون بأي عمل ، وظيفتهم هي بيع منتجات oriflame أو تسويق منتجات oriflame أو تعزيز الأعضاء الذين يعملون تحتهم ، تسويق متعدد المستويات بناء على الشريعة يتطلب من أصحابها أن يظلو نشطين في إجراء المبيعات حتى على أعلى مستوى حتى لا تحدث الحركات السلبية<sup>10</sup>

في شركة Oriflame لا يمكن أن يكون هناك دخل سلبي أو معنى آخر لا يفعل العضو شيئاً سوى كسب المال ، لذلك يجب على الأعضاء الذين يرغبون في

<sup>10</sup>Nur Aini Latifah, Multi Level Marketing (MLM)DalamPerspektif Syariah, p.7.

الحصول على نقاط المكافأة إجراء عمليات بيع أو توجيه الأعضاء الذين هم تحتهم ، ويجب على الأعضاء الذين يرغبون في الحصول على مكافآت تحصيلها نقطة المبلغ ، فيما يتعلق بالمكافآت المشروطة ، أي أنه يجب على العضو تلبية الشروط التي حددتها Oriflame ، وهي تحصيل المكافآت ليتم تبادلها ، ولكن إذا أراد العضو الحصول على مكافأة من نتائج النقاط التي تم جمعها ولكن المكافأة لا يتم استبدال المكافأة ، فلا يمكن أيضاً الحصول على المكافأة ، إذا لم يتم استبدال المكافآت التي تم تحصيلها ، فسيتم توزيع المكافآت على المؤسسات الخيرية للأطفال والشباب.

قد لا يؤدي منح العمولات أو المكافآت من قبل الشركة للأعضاء أو الأعضاء إلى اغراق العمولات والمكافآت التي أصدرتها Oriflame بقيمة اسمية ضمن حدود معقولة لأنها تستند إلى الأداء الفعلي وقد تمت كتابتها في لوائح Oriflame.

يوجد في الفتوى إغراء ومعنى الإيجارا عامل جذب غير عادي يدفع الناس إلى إهمال التزاماتهم بالقيام بأشياء أو معاملات من أجل الحصول على المكافآت أو العمولات الموعودة. وبعد أن رأى تحليلنا من Oriflame أنه لا توجد عناصر جعلت Oriflame في igra. لا يوجد استغلال وظلم في توزيع المكافآت بين العضو الأول والعضو الذي يليه.

الاستغلال هو الاستخدام التعسفي أو المفرط لموضوع الاستغلال لمصالح اقتصادية فقط دون مراعاة الإحساس باستحقاق العدالة والرفاهية لأعضائه.<sup>11</sup> تطبق Oriflame متطلبات منح المكافآت للأعضاء حتى لا يحدث ذلك ، ولكن إذا كنت قد عملت بجد ولكنك لم تحصل على مكافأة أو لم تتحقق الشروط ، فستعود المكافأة إلى رقمها الأصلي وجميع سيتم فقدان النقاط التي تم جمعها ، وعلى الجانب الإيجاري ، فإن القواعد مثل هذا الدخل على أساس العمل القانوني ، يمكن تحليل قانون المكافآت التي لا يمكن استبدالها لأنها لا تفي بالمتطلبات من خلال الشريعة الإسلامية مع عقد الجماعة

يتم تطبيق نجاح عضو Oriflame هذا مع نظام التسويق متعدد المستويات

<sup>11</sup>Muhammad Baqir As Sadhr, Buku Induk Ekonomi Islam, (Jakarta : Zahra 2008). p, 365.

واستخدام عقد جعلة في منح مكافآت للأعضاء بعد القيام بعمل النظام المستهدف ، إذا كان العضو قد استهدف المكافأة التي يريد الحصول عليها والرقم من النقاط التي تم جمعها ستعود إلى الرقم الكل ، والعكس بالعكس إذا استوفى العضو متطلبات الحصول على مكافأة ، فسيحصل على عمولة حسب مستوى ، ويمكن تنفيذ أعمال بيع منتجات Oriflame وتجريتها من خلال سيحصل كل عضو ، ولكن فقط الأعضاء الذين يمكنهم إغلاق النقاط ، على مكافآت. إذا حاول أحد الأعضاء إغلاق النقطة ولكنه لم ينجح ، فستعود النقاط التي تم جمعها إلى قيمتها الأصلية.

هناك أشياء حقيقة للمعاملات يتم تداولها في شكل سلع أو منتجات خدمية ، Oriflame هي شركة متخصصة في البيع المباشر لمنتجات التجميل والعناية الشخصية. يقدمون مجموعة واسعة من منتجات التجميل والعناية بالبشرة ، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر منتجات العناية بالبشرة: تقدم Oriflame مجموعة متنوعة من منتجات العناية بالبشرة ، مثل منظفات الوجه ، والتونر ، والمرطبات ، والأمصال ، وأقنعة الوجه ، وغيرها من منتجات العناية بالبشرة المتخصصة. المنتجات. الشعر: لدى Oriflame أيضاً منتجات للعناية بالشعر ، مثل الشامبو والبلسم وأقنعة الشعر ومنتجات تصفييف الشعر. يتم تداول جميع منتجات Oriflame من خلال نموذج البيع المباشر ، حيث يُعرف أعضاء مبيعات Oriflame أيضاً باسم "المستشارين".

منتجات الخدمة هي أي خدمات في شكل عمل أو خدمات يستخدمها المستهلكون. Oriflame هي في الواقع شركة تركز على بيع منتجات التجميل والعناية الشخصية ، وليس على تقديم الخدمات. وبالتالي ، لا تقدم Oriflame منتجات خدمية مثل الوظائف أو الخدمات التي يستخدمها المستهلكون. ومع ذلك ، فإن العضو الذي يدخل هو الذي سيقدم الخدمة للمستهلكين.<sup>12</sup>

السلع هي أي شيء ملموس ، سواء كانت منقولة أو غير منقولة ، مستهلكة أو غير قابلة للاستهلاك ، والتي يمكن أن يمتلكها المستهلكون أو يتاجرون بها أو يستخدموها أو يستخدموها أو يستغلونها. تشير سلع أوريفليم إلى منتجات التجميل

<sup>12</sup>Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang

والعناية الشخصية التي تقدمها الشركة. هذه السلع ملموسة وقابلة للاستهلاك أو غير قابلة للاستهلاك ، مثل مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة والعناية بالشعر ومنتجات العناية بالجسم ، ويمكن للمستهلكين امتلاك هذه العناصر عن طريق شرائها من Oriflame. يمكنهم تداول هذه المنتجات إذا أصبحوا أعضاء مبيعات في Oriflame وبيعها للآخرين. يمكن للمستهلكين أيضاً ارتداء واستخدام واستخدام سلع Oriflame وفقاً لوظيفتها.

تقدم Oriflame ، كشركة تعمل في مجال التجميل والعناية الشخصية ، منتجات غير محظمة بشكل عام أو لا تستخدم لأغراض غير قانونية. يقدمون MUI DNS منتجات تتوافق مع القواعد واللوائح المطبقة في الصناعة. من أحكام فتوى رقم ٥٧ ، أي السلع أو المنتجات الخدمية التي يتم تداولها ليست شيئاً محظوظاً أو مستخدمة لشيء غير قانوني

## نتيجة البحث

من التحليل الذي تم إجراؤه باستخدام فتوى DSN MUI أن Oriflame في تنفيذ توزيع المكافآت أكملت العناصر التي حددتها الفتوى، وهذا العمل هو عمل حلال لأنها تستوفي أحكام عناصر الفتوى القائمة لكن هناك بعض الأعضاء الذين ما زالوا يبحثون عن ثغرات في تطبيق القواعد التي وضعتها Oriflame.

## قائمة المصادر

- A.Gayo, Ahyar. Penelitian Hukum tentang Kedudukan Fatwa MUI dalam Upaya Mendorong Pelaksanaan Ekonomi Syariah. Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI.
- Adam, Banji. 2020. Yurisprudensi Transaksi Keuangan. (Bandung: PT. Refika Aditama).
- Arif, Muhammad. 2019. Riba, gharar dan maisir dalam ekonomi islam," Repository: UIN Alauddin Makassar.
- Ash-Shawi, Muhammad. 2008. Problematika Investasi pada Bank Islam Solusi Ekonomi (Jakarta: Migunani).

- Asmara, Rini. 2018. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Piring Bonus Di Toko Nurul Ilmu Maumere Nusa Tenggara Timur, Universitas surabaya, skripsi.
- Atho Mudzhar, Mohammad Fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia, (Jakarta: Dwibahasa).
- Aziz dan Mariyah ulfa,Abdul. 2010. kapita selekta ekonomi islam. (bandung : alfabeta,).
- Damanuri, Aji. 2010. Metodologi Penelitian Muamalah. (Ponorogo: STAIN Po Press,).
- Dewan Syariah Nasional MUI. 2014. Himpunan Fatwa Keuangan Syariah (Jakarta: Erlangga).
- Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN MUI VII/2009, tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS),
- Fatwa No.75/DSN-MUI /VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah,
- Habibaty, Nisrina. 2017. Membentuk Akuntabilitas Keuangan Desa Dengan Al Fatihah, Sang "Ummul Quran, Universitas Brawijaya, Skripsi.
- Husnia. 2019. Analisis Hukum Islam Terhadap Sistem Pemberian Bonus Mlm (Multi Level Marketing) Pada Bisnis Nu Amoorea (Studi Kasus Pada PT. Duta Elok Persada) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabay, skripsi, , p.
- Ibrahim, Duski. 2019. Al Qawa'id Al Fiqhiyah *Kaidah-Kaidah Fiqh*, (Palembang: Amanah.
- Ibrahim. 2017. Indonesia Terhadap Hukum Positif Indonesia, Jurnal Legislasi Indonesia 4, Desember.
- Jamāl,Muhammad. 1986. al-Dīn al-Qāsimi, al-Fatwā fi al-Islām, (Beirut: Dar al-Kutub al-'ilmiyah,).
- Khitam, Khusnul. 2021. Rekayasa Order Untuk Mendapatkan Insentif Bonus Karyawan Pt. Artaboga Cemerlang Bojonegoro Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro, Skripsi.
- Kuswara. 2005. mengenal MLM Syariah, (Tangerang: Qultum media,).
- Laela Hilyatin, Dewi. 2021. Larangan Maisir dalam Al-Quran dan

Relevansinya dengan Perekonomian, MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.

Laila Husna, Nur. 2018. *Pengaruh motifasi kerja Brand image dan pemberian bonus terhadap keputusan menjalankan bisnis multilevel marketing Tupperware di ponorogo*.

Leila Haliatin, Dewey. 2021. Larangan Mesir dalam Al-Qur'an dan Hubungannya dengan Ekonomi, Gaza: Jurnal Ilmu dan Penafsiran Al-Qur'an.

Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat).

Marimin, Agus. 2016. Bisnis MultiLevel Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02. No. 02. Juli.

Marimin. 2016. Bisnis Multi Level Marketing (MUI) Dalam Pandangan Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02, No. 02, Juli.