


BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (E-COMERCE) : PANDANGAN DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SYARIAH) DI INDONESIA

Shoffi Rohmatul Umah^{*1}, Anggita Putri Lestari², Asifi Antoni Nur Habib³, Moh. Wildan Masyfu'i⁴, Eny Latifah⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah, Indonesia

*Korespondensi : shoffirhmtl@gmail.com

<p>Info Artikel</p> <p>Diterima : 03 Desember 2022</p> <p>Disetujui : 19 Februari 2023</p> <p>Dipublikasikan : 28 Februari 2023</p>	<p>Abstrak</p> <p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan dan sistem informasi akuntansi pada bisnis <i>Multi Level Marketing (E-Commerce)</i> di Indonesia. Metode penelitian yaitu kualitatif dengan pendekatan kepustakaan yang menggunakan sumber data dari referensi buku, artikel dan sumber lain agar dapat menemukan informasi yang lengkap dan sesuai dengan data yang tertera. Hasil penelitian menunjukkan pandangan bisnis <i>Multi Level Marketing</i> ada yang menghukumi mubah dan ada yang mengharamkan. Alasan bisnis <i>Multi Level Marketing</i> tidak diperbolehkan, yaitu adanya <i>gharar</i>, menyalahi prinsip akad transaksi, dan motivasi akad transaksi adalah bonus, bukan barang serta jenjang karir ditentukan oleh cepat lambatnya bergabung menjadi anggota, tergantung paket yang diambil. Sedangkan Sistem Akuntansi bisnis <i>Multi Level Marketing</i> adalah acuan pengambilan keputusan terkait reward yang akan diberikan kepada anggota dengan kinerja yang bagus dengan Penyaluran otomatis sesuai data yang masuk dan sudah dikonfirmasi oleh bagian yang menangani.</p>
<p>Kata Kunci:</p> <p>Akuntansi Syariah, Sistem Informasi Akuntansi, <i>Multi Level, E-Commerce</i>.</p> <p>Keyword:</p> <p><i>Sharia Accounting, Accounting Information System, Multi Level, E-Commerce</i></p>	<p>Abstract</p> <p><i>The purpose of this study was to determine the views and accounting information systems in Multi Level Marketing (E-Commerce) business in Indonesia. The research method is qualitative with a literary approach that uses data sources from reference books, articles and other sources in order to find complete information and in accordance with the data listed. The results of the study show that there are views of the Multi Level Marketing business that punish mubah and some that forbid it. The reason for the Multi Level Marketing business is not allowed, namely there is gharar, violating the principles of the transaction contract, and the motivation for the transaction contract is a bonus, not goods and the career path is determined by how quickly you join as a member, depending on the package taken. Meanwhile, the Multi-Level Marketing business accounting system is a reference for making decisions regarding rewards that will be given to members with good performance with automatic distribution according to incoming data and has been confirmed by the part in charge.</i></p>
<p>Licensed Under</p> <p>a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	

PENDAHULUAN

Akuntansi merupakan alat dalam memberikan pengetahuan serta informasi atas kondisi dari suatu instansi atau perusahaan. Sebuah perusahaan harus bisa memberikan gambaran bagi para pengguna informasi yang berkaitan dengan kinerja dari perusahaan yang ada agar bisa memberikan keputusan dalam berinvestasi serta melanjutkan program kerja dari perusahaan yang ada. Salah satu bentuk akuntansi yang bisa diterapkan bagi perusahaan yang bergerak dengan berasaskan prinsip dan nilai syariah adalah akuntansi syariah.

Akuntansi syariah secara umum berasal dari dua kata yakni Akuntansi dan Syariah. Akuntansi sendiri merupakan ilmu yang membahas tentang pencatatan, transaksi, pengikhtisaran dan penggolongan agar mudah dalam menyajikan sebuah laporan keuangan, laporan keuangan juga bermanfaat untuk mempermudah seseorang dalam mengambil keputusan. Adapun kata Syariah memiliki arti ketentuan yang sesuai dengan ajaran Islam yang landasan hukumnya beracuan pada Al-Quran dan Hadis serta Ijma dan Qiyas. Kemudian apabila digabungkan Akuntansi Syariah memiliki arti sebuah penyajian laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga ataupun organisasi yang sesuai dengan ketentuan ajaran agama Islam.

Sistem informasi akuntansi dalam suatu perusahaan memiliki tahapan yang berbeda-beda yang mana disesuaikan dengan kebutuhan dari perusahaan yang ada. Sistem informasi Akuntansi Syariah sendiri terdiri dari 2 jenis yakni, sistem informasi Akuntansi Konvensional dan sistem informasi Akuntansi Syariah. Sistem informasi Akuntansi Syariah merupakan kegiatan pencatatan ataupun penggolongan dalam penyajian laporan keuangan sebuah perusahaan, lembaga ataupun organisasi di mana, pencatatannya sudah sesuai dengan fakta maupun data yang valid ataupun sesuai dengan pengamatan yang dilakukan oleh pihak yang mempunyai wewenang serta hal tersebut sesuai dengan landasan hukum yang diajarkan dalam agama Islam yang beracuan pada Al-Quran dan Hadis.

Sistem informasi Akuntansi Syariah pada umumnya tidak jauh berbeda dengan sistem informasi Akuntansi Konvensional, akan tetapi sistem informasi Akuntansi Syariah tidak bisa disamaratakan dengan sistem informasi Akuntansi Konvensional sebab, baik obyek, pengguna maupun informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi Akuntansi Syariah dengan sistem informasi Akuntansi Konvensional itu tidak sama ataupun terdapat perbedaan yang signifikan. Sistem informasi Akuntansi Syariah lebih mengutamakan nilai-nilai ajaran Islam baik dalam segi Akuntansinya maupun segi informasinya. Maka dari itu, sistem informasi Akuntansi Syariah memiliki tanggung jawab yang besar dalam masalah moral, sistem informasi Akuntansi Syariah lebih mementingkan kemaslahatan ataupun kesejahteraan umat. Adanya sistem informasi Akuntansi Syariah ini bertujuan untuk menyediakan informasi untuk pengelola usaha Baru,

untuk berbagi informasi dari sistem yang sudah ada, untuk memperbaiki pengendalian Akuntansi dan untuk mengurangi biaya dalam pencatatan Akuntansi (Rahmat Ilyas, 2020:218).

Salah satu jenis bisnis yang sering dijalankan oleh masyarakat saat ini adalah Multi level marketing. Dimana seseorang mendapatkan imbalan uang disesuaikan dengan hasil target yang didapatkan. Semakin banyak mendapatkan pengikut untuk menjalankan aktivitas bisnisnya maka akan mendapatkan imbalan uang besar juga. Karena diukur berdasarkan reward yang ada.

Multi Level Marketing atau sering disebut MLM menjadi topik yang cukup populer dan dikenal hampir di seluruh penjuru Indonesia. Berbagai perusahaan baik dari luar maupun dalam Indonesia sendiri banyak yang menerapkan bisnis dengan sistem ini seperti Amyway, Oriflame, dan Tupperware yang tersebar hampir di seluruh dunia. Sistem pemasaran yang dijalankan yaitu melalui jaringan distribusi, di mana pelanggan perusahaan juga dijadikan mitra kerja atau distributor untuk memasarkan produk. MLM mengubah sistem penjualan langsung menjadi skema piramida. Distributor dibayar komisinya atas penjualan yang mereka lakukan sendiri maupun atas perekrutan ataupun penjualan yang dilakukan oleh rekrutan mereka, sehingga menciptakan struktur multi level.

Secara harfiah, multi level marketing termasuk pemasaran melalui banyak level yang biasa dikenal dengan istilah upline (tingkatan atas) dan downline (tingkatan bawah). Kedua istilah ini umumnya mencerminkan hubungan pada dua level yang bersifat vertikal, dapat dikatakan upline apabila memiliki downline baik satu atau lebih. Downline di sini berasal dari masyarakat sekitar, meskipun tidak sedikit dari daerah yang cukup jauh. Sehingga peran masyarakat sangat penting, serta bagaimana norma yang berlaku di sana harus bisa disinergikan dengan baik untuk tercapainya tujuan dan pengambilan keputusan. Dalam segala bentuk kegiatannya, multi level marketing harus mampu menyesuaikan dengan prinsip Syariah demi tercapainya kesejahteraan selain keuntungan, seperti memberikan manfaat dan tidak merugikan salah satu pihak (Zaini dan Lantip, 2022: 113).

E-commerce merupakan istilah yang sedang marak di kalangan interaksi jual beli melalui internet di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Peluang keberadaannya menjadi salah satu media bisnis yang menjanjikan di zaman milenial, cukup memanfaatkan jaringan internet dengan bantuan aplikasi maupun media sosial. *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet. *E-commerce* dapat merubah semua kegiatan marketing dari konvensional menjadi digital, sekaligus dapat memangkas biaya operasional bisnis. Proses yang ada dalam *E-commerce* terdiri dari presentasi elektronik, pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan secara otomatis, pengamanan akun pelanggan, pembayaran dan penanganan transaksi dilakukan secara langsung dan termasuk distribusinya. Salah satu syarat

transaksi dalam berbisnis dari perspektif Islam adalah nyata (langsung), tetapi *E-commerce* berbeda dengan jual beli pada umumnya terutama jangkauannya lebih luas. Aturan berbisnis atau bermuamalah sudah diatur dalam agama Islam. (Zaini dan Lantip, 2022: 112)

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Syariah

Akuntansi syariah adalah sebuah proses pencatatan sampai dengan pembuatan laporan keuangan yang mengedepankan nilai-nilai Islam atau dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan bank dan Lembaga keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.

Akuntansi syariah adalah suatu kegiatan identifikasi, klasifikasi, dan pelaporan melalui dalam mengambil keputusan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip akad syariah yaitu tidak mengandung zhulum (kezaliman), riba, maysir (judi), gharar (penipuan), barang yang haram dan membahayakan.

Akuntansi syariah dapat diartikan sebagai proses akuntansi atas transaksi-transaksi yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan Allah SWT. Akuntansi syariah ialah proses akuntansi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, baik dalam siklus akuntansinya maupun pencatatannya. Lebih jelasnya ialah suatu proses akuntansi untuk transaksi-transaksi syariah seperti murabahah, musyarakah, mudharabah dan lainnya. Pada praktiknya akuntansi syariah memiliki beberapa prinsip dasar yang membedakannya dengan akuntansi konvensional. Prinsip tersebut di antaranya: prinsip pertanggungjawaban, prinsip keadilan dan prinsip kebenaran (Eny dkk, 2022: 20).

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem merupakan suatu yang harus ada dalam suatu organisasi agar dapat memajemen proses kegiatan dengan efektif dan efisien baik berkenaan dengan keuangan ataupun non keuangan. Pola atur serta siklus dari irama kegiatan suatu perusahaan dalam dikemas dalam suatu sistem dengan tujuan apa yang menjadi keinginan perusahaan bias tercapai dan bagi para penikmat atau kolega perusahaan bahkan konsumen akhir mampu merasakan produk atau jasa (fasilitas) yang sudah tercipta dapat memberi kepuasan bagi para pengguna barang atau jasa.

Terdapat dua kelompok pendekatan didalam mendefinisikan sistem, yaitu kelompok yang menekankan pada prosedur dan kelompok yang menekankan pada elemen atau komponennya. Pendekatan yang menekankan pada prosedur mendefinisikan sistem sebagai suatu jaringan kerja prosedur- prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan

atau untuk menyelesaikan suatu saran tertentu. Sedangkan pendekatan sistem yang lebih menekankan pada elemen atau komponen mendefinisikan sistem sebagai kumpulan elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara sederhana sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variabel yang terorganisasikan, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu (lin, Eny dan Zulva, 2020: 1-2).

Multi Level Marketing (MLM)

Multi Level Marketing (MLM) berasal dari bahasa Inggris, *multi* berarti banyak, *level* berarti jenjang atau tingkat, sedangkan *marketing* artinya pemasaran. Jadi, multi level marketing merupakan pemasaran yang berlevel-level. Disebut *multi level*, karena merupakan suatu organisasi distributor yang melakukan penjualan berjenjang banyak atau bertingkat-tingkat (member) untuk menjadi tenaga pemasar atau penyalur. Dengan cara ini, maka konsumen akan berfungsi ganda di mata perusahaan, pertama ia menjadi konsumen dan kedua ia juga sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produknya. Sofwan Jauhari, MLM Syariah: Buku Wajib Wawasan Muslim Praktis MLM Syariah (Sofwan Jauhari, 2013: 79).

MLM syariah adalah sebuah formula MLM yang mendasarkan sistem operasionalnya dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, dengan sistem MLM konvensional yang cepat berkembang saat ini dicuci, dimodifikasi, dan disesuaikan dengan syariah. Aspek-aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah. Tidak heran jika visi dan misi MLM konvensional akan berbeda jauh dengan MLM syariah. Visi MLM syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan materi semata, tapi keuntungan untuk dunia dan akhirat serta orang-orang yang terlibat didalamnya. Dalam MLM syariah juga ada Dewan Pengawas Syariah dimana lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai internal audit surveillance sistem untuk memfilter bila ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu perusahaan. Menurut Ustad Hilman Rosyad Shihab, LC mengenai MLM bahwa bisnis MLM yang sesuai syariah adalah MLM untuk produk yang halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada pelanggaran syariah, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan dan lain-lain (Antonio, 2005: 86-87).

E-Commerce

E-Commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-Commerce* dapat melibatkan transfer dana

elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *E-Commerce* ini sebagai aplikasi dan aplikasi e-bisnis yang terkait dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana elektronik, SCM (manajemen rantai pasokan), pemasaran elektronik, pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik (EDI), dan sejenisnya. Riwayat terjemahan akan tersedia saat kita masuk dan akan dikelola secara terpusat. E-Commerce merupakan bagian dari e-business, dimana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekadar pemiagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain. selain teknologi jaringan *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (databases), surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-dagang ini (Harmayani dkk, 2020: 1).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebagai usaha dalam menguji sebagai ilmu pengetahuan, usaha-usaha tersebut dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam rangka menjaga supaya ilmu pengetahuan tetap memiliki harga ilmiah saat mengadakan penelitian (Sutrisno Hadi, 1844:44). Dengan demikian penelitian merupakan pengujian suatu ilmu pengetahuan dengan prosedur metode ilmiah.

Dalam penelitian ini akan mengadakan suatu pengkajian mengenai konsep dan teori dari berbagai literatur, jurnal, dan buku. Membangun suatu konsep dan teori merupakan dasar dari penelitian studi pustaka atau kajian Pustaka (V. Wiratna Sujarweni, 2014:57). Kajian pustaka merupakan suatu kewajiban dalam akademik dengan tujuan untuk mengembangkan dari aspek secara teoritis maupun praktis (Sukardi, 2013:33).

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian perpustakaan yakni dengan mempelajari dan menelaah beberapa artikel dan jurnal tentang bab yang dikaji hasil penelitian sebelumnya yang membahas permasalahan serupa. Adapun pendekatan yang di gunakan dalam penelitian dan penulisan ini adalah pendekatan konsep pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literature yang tersedia.

Proses analisis data pada dasarnya sudah mulai dikerjakan sejak pengumpulan data dilakukan dan dikerjakan secara intensif. Analisis meliputi penyajian data dan pembahasan dilakukan secara kualitatif konseptual. Konteks berkaitan dengan hal-hak yang berhubungan dengan struktur karya, sedangkan konstruk berupa bangunan konsep analisis. Konstruk tersebut menjadi bingkai analisis (Suwardi Endraswara,2011:164).

Penelitian ini bersifat nonstatistik lebih tepatnya studi pustaka. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan data dari sumber tertulis untuk diolah, dianalisa dan disimpulkan sebagai solusi pemecahan suatu masalah. Data diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Sumber data utama berasal dari jurnal penelitian dan data pendukung seperti buku yang berkaitan dengan Sistem Informasi Akuntansi, e-commerce, *Multi Level Marketing*, dan akuntansi syariah. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi, sebab banyak fenomena terkait penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam konsepsi bisnis Multi Level Marketing di e-commerce, yang dikaitkan dengan akuntansi syariah demi terciptanya kesejahteraan di masyarakat yang saling menguntungkan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *content analysis*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Cara Kerja Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce

Secara garis besar, sistem informasi merupakan kumpulan beberapa komponen yang saling berinteraksi untuk menghasilkan olahan data pengambilan keputusan (Romney and Steinbart 2015). Sedangkan Akuntansi adalah kegiatan jasa yang dapat menghasilkan informasi keuangan untuk pengambilan keputusan (Pratama et al. 2017). *E-commerce* sendiri merupakan sistem jual beli online yang segala aktivitasnya menggunakan teknologi internet (Alfiah, Tarmizi, and Junidar 2020). Sehingga sistem informasi Akuntansi berbasis *e-commerce* bekerja sesuai dengan hasil dari transaksi jual beli online berupa informasi pembayaran dan jenis transaksinya baik tunai atau kredit. Transaksi dalam *e-commerce* sama seperti perdagangan *offline*, terdapat penawaran produk, harga, pembayaran, pemesanan, dan pengiriman. Dalam *e-commerce* setidaknya memiliki empat komponen untuk transaksi online, yaitu marketplace, penjual dan pembeli, *payment gateway*, dan jasa pengiriman (Tashia 2017). Tahap pertama produk dipromosikan *seller* di *e-commerce*. Kemudian buyer melakukan order yang diikuti pembayaran kepada seller. Setelah terjadi proses pembayaran maka *seller* akan mengirim barang melalui jasa ekspedisi. Dan terakhir dilanjutkan pengiriman barang kepada buyer. Setelah selesai terjadi rangkaian aktivitas tersebut, secara otomatis siklus penjualan masuk kedalam sistem informasi Akuntansi, sehingga nantinya dapat menghasilkan informasi keuangan pada periode tertentu.

Sistem informasi dapat dikatakan berkualitas apabila memiliki ciri-ciri akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap (Putri 2020). Sistem informasi terdiri dari empat tahap, yaitu perencanaan, analisis kebutuhan, perancangan dan pembuatan, dan penerapan (Safitri 2021). Hasil penelitian

Taufiq, Nas'ifah, and Supriadi(2021) menyatakan bahwa sistem informasi Akuntansi dalam e-commerce rata-rata sama dalam aktivitasnya, di mana informasi yang dihasilkan diperoleh dari transaksi yang terjadi. *E-commerce* yang diteliti belum mampu memenuhi standar Akuntansi keuangan (SAK), namun dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh pihak bersangkutan baik dari pihak seller, *e-commerce*, *buyer*, ataupun pihak ekspedisi. Penelitian tersebut fokus pada satu *e-commerce* yang basisnya merupakan *multi level marketing*, sehingga orientasi akuntansi lebih kepada hasil penjualan dan perekrutan anggota. Semakin kompleks aktivitas *e-commerce*, maka sistem informasi Akuntansi yang termuat di dalamnya akan semakin kompleks pula dan sesuai dengan standar Akuntansi keuangan.

Cara Kerja Bisnis *Multi Level Marketing* Pada *E-Commerce* Di Indonesia

Bisnis *Multi Level Marketing* masuk ke Indonesia sejak tahun 1980-an ditandai dengan berdirinya PT. Nusantara Sun Chorella Tama di Bandung yang sekarang berganti nama menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang (CNI) (Nurjanah 2019). Pada awal berdirinya, perusahaan tersebut menggunakan sistem *offline* dengan menawarkan secara langsung kepada *customer* untuk bisa bergabung dan menjadi distributor produk mereka. Namun seiring kemajuan teknologi membuat bisnis ini merambah pemasarannya secara online dengan potensi yang bisa mendongkrak ekonomi Indonesia. Dengan media internet yang dapat menjangkau seluruh wilayah di Indonesia menjadikan bisnis ini semakin dikenal oleh masyarakat luas. Meskipun beberapa masa sempat dilanda penentangan dari masyarakat karena adanya penyalahgunaan oleh pihak tidak bertanggung jawab.

Hasil penelitian Winarti (2020) dan Nurhasanah (2022) memiliki kemiripan menurut penjelasan alur sistem kerja bisnis *multi level marketing*. Namun, keduanya berbeda pada hasil akhir penelitian di mana Winarti menyebutkan PT. Tiens sudah memenuhi prinsip syariah seperti tercantum dalam DSN MUI Nomor 75 karena mampu membuka jalan kebaikan dan dilindungi APLI, sedangkan Nurhasanah menyebutkan bahwa aplikasi Fingo belum sesuai prinsip syariah sehingga sempat diberhentikan oleh Satgas Waspada Investasi pada tahun 2020. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sugiyono (2021) yang menyatakan bahwa Indonesia mengedepankan kemaslahatan umat dengan tidak terlalu membatasi rakyatnya dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing*, namun masih sesuai dengan prinsip syariah. Karena kurang gambaran yang jelas terkait sistematika *Multi Level Marketing* di *e-commerce*, maka penelitian ini merinci beberapa aktivitas sistem *multi level marketing* di *e-commerce*.

Pandangan Islam Terhadap Bisnis *Multi Level Marketing*

Sistem *Multi Level Marketing* menjanjikan keuntungan yang berlipat ganda dari beberapa cabang tugas yang dijalankan ketika bisnis ini dapat berjalan sebagaimana mestinya. Adanya penyalahgunaan oleh pihak tidak bertanggung jawab membuat bisnis ini dipandang tidak sesuai dan bahkan dapat merugikan para anggota yang bergabung diakhir. Islam dalam menyikapi hal tersebut tidak secara sepihak langsung melarang keras bisnis ini, ada beberapa batasan yang menjadi landasan Islam untuk menghukuminya, sebagai bentuk toleransi adaptasi. Sebagai lembaga yang mengatur kesyariahan, DSN MUI mengeluarkan fatwa nomor 75/DSN MUI/VII/2009 terkait syarat bagi *Multi Level Marketing* yang diperbolehkan beroperasi. Keuntungan ganda yang dimaksud harus mampu disesuaikan dengan kinerja yang baik dan benar tanpa merugikan orang lain.

Beberapa pendapat menyebutkan bahwa bisnis *Multi Level Marketing* hukumnya haram, karena sama seperti *money game* yang tidak transparan dan bersifat *manipulatif*. Ada tiga alasan yang menjadi dasar *Multi Level Marketing* tidak diperbolehkan, yaitu adanya gharar (penipuan), menyalahi prinsip akad transaksi, dan motivasi akad transaksi adalah bonus, bukan barang (Sani 2019). Di lain sisi haramnya *Multi Level Marketing* yang dimaksud juga dikarenakan produk yang manfaatnya tidak sesuai harga dan bukan milik sendiri, jenjang karir ditentukan oleh cepat lambatnya bergabung menjadi anggota, tergantung paket yang diambil.

Namun, banyak pihak yang menampik bahwa *Multi Level Marketing* tidak sepenuhnya bisa dipersamakan dengan *money game* yang jelas diharamkan. Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) *Multi Level Marketing* itu haram apabila terdapat *money game*, tapi tanpa *money game* belum tentu juga halal. Sehingga harus adanya sertifikasi dari pihak DSN-MUI terkait akad dan runtutan lain yang terkait. Selama tidak ada aktivitas yang bertentangan dengan syariah, maka dapat dianggap halal dan harus memperhatikan dua poin penting yaitu produk dan sistem yang dijalankan (Mardalis and Hasanah 2016). Salah satu bisnis *Multi Level Marketing* yang sifatnya baik dan lebih sesuai dengan aturan adalah Oriflame (PT.Orindo Alam Ayu). Kejelasan dari Oriflame ini ditunjukkan oleh produk yang bagus, teruji dengan harga yang masuk akal, perusahaannya jelas ada secara riil, memproduksi sendiri produknya, jenjang karir didasarkan pada kerja keras, adanya upline yang membimbing untuk meniti karir di sana (Lestari 2021).

Pembahasan

Bisnis Multi Level Marketing (E-Comerce): Pandangan Dan Sistem Informasi Akuntansi (Syariah) Di Indonesia

Sebagai sistem yang basisnya menggunakan teknologi internet, Sistem

Informasi Akuntansi dianggap mampu menghasilkan informasi yang penting sekaligus transparan kepada semua pihak terkait. Meskipun dalam beberapa kondisi hanya menjadi privasi perusahaan dan tidak dipublikasikan kepada pihak umum. Kegunaan sistem informasi akuntansi antara lain yaitu: sebagai penyedia informasi ekonomi suatu entitas media komunikasi manajemen dan stakeholder mengenai kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh pemberi gambaran feedback dari perusahaan atas sumber daya yang digunakan media pertanggungjawaban kepada stakeholder secara umum atas pengelolaan perusahaan pemberi gambaran perkembangan perusahaan, penyedia informasi untuk pihak eksternal dalam membuat keputusan secara rasional (Ilyas 2020).

Bisnis Multi Level Marketing merupakan salah satu strategi dalam berwirausaha. Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramiswari and Dharmadiaksa 2017). Disisi lain e-commerce juga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Pramiswari and Dharmadiaksa 2017). Berdasarkan dua pengaruh tersebut menunjukkan bahwa penentuan konsepsi bisnis *Multi Level Marketing* di *e-commerce* tidak terlepas dari Sistem Informasi Akuntansi. Terlebih lagi, sistem *Multi Level Marketing* rata-rata sudah berbasis e-commerce dalam pengembangan dan perluasan pangsa pasar. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memberikan kemudahan dalam penyusunan keuangan untuk menghasilkan suatu informasi untuk menunjang keputusan.

Kemudahan aktivitas di *e-commerce* tidak terlepas dari kontribusi rancangan sistem, sehingga menjadikan nilai lebih dan keuntungan besar bagi pelaku. Sistem inilah yang mengatur dari mana dan ke mana arah prosedur transaksi dapat bekerja secara otomatis. Sistem Informasi Akuntansi sebagai salah satu sistem yang berfokus pada arus keuangan dan penghasil informasi digunakan untuk menentukan kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Sistem pada *e-commerce* lebih mengarah pada penggunaan teknologi secara komprehensif. Meskipun dalam beberapa kondisi membutuhkan campur tangan manusia sebagai pengendali adanya permasalahan. Beberapa informasi keuangan yang dihasilkan dari Sistem Informasi Akuntansi merupakan salah satu acuan pengambilan keputusan terkait reward yang akan diberikan kepada anggota dengan kinerja yang bagus. Penyalurannya dilakukan secara otomatis sesuai data yang masuk dan sudah dikonfirmasi oleh bagian yang menangani. Pemberian reward dalam sistem *Multi Level Marketing* menunjukkan adanya suportifitas dan penghargaan terhadap anggota yang mampu mencapai target.

Banyak referensi mengenai hukum *Multi Level Marketing* menganggap

mubah berdasarkan hukum asalnya karena merupakan jual beli. Namun dapat dianggap sah dan baik apabila barang yang diperjual belikan halal dan terhindar dari unsur riba, gharar, dharar, jahalah, dan zhulm. Karena *Multi Level Marketing* merupakan jenis perdagangan, maka pelaksanaannya harus dapat memenuhi syarat dan rukun jual beli (Sundari and Agustina 2017). Hukum tersebut sudah mengacu pada landasan yang digunakan oleh akuntansi syariah dalam menjalankan segala kegiatannya seperti dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (2) ayat 282. Apabila sistematika dalam *Multi Level Marketing* menerapkan prinsip syariah, secara tidak langsung keluar masuknya uang juga dipengaruhi prinsip yang dipakai. Pemerintah Indonesia juga mengeluarkan beberapa aturan terkait pelaksanaan *Multi Level Marketing* baik langsung maupun di *e-commerce* yang sempat menjadi kontroversi beserta batasan yang diperbolehkan dan tidak baik.

Beberapa aturan yang mengatur bisnis *Multi Level Marketing* diantaranya ada Permendag 70 tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung baik single level marketing ataupun multi level marketing. Kemudian ada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PBLs) nomor 75 tahun 2009 yang dikeluarkan oleh DSN MUI dengan aturan terkait harus adanya prinsip syariah di dalamnya dan terhindar dari maysir, gharar, haram dan riba (MAGHRIB). Adanya aturan yang ditetapkan, pasti sudah melalui diskusi panjang dengan pertimbangan yang matang dari berbagai sudut pandang untuk dapat menghasilkan aturan yang tepat guna dan tidak menyalahi syariah agama tentunya. Al-Qur'an menyebutkan adanya kehalalan jual beli dan diharamkannya riba, maysir, dan sejenisnya yang tercantum dalam surah Al-Baqarah (2) ayat 275, dan Al-Maidah (5) ayat 90. Sama halnya dengan poin terkait bisnis *Multi Level Marketing* di *e-commerce* sebelumnya menurut penelitian Winarti (2020) dan Nurhasanah (2022), akuntansi syariah memandang sah dan mubah selama proses transaksi dalam bisnis *Multi Level Marketing*, cara kerjanya, serta barang tersedia dan sesuai prinsip syariah. Apabila dalam bisnis ini terdapat unsur yang dapat merugikan salah satu pihak atau mendatangkan kemudharatan, maka sangat tidak dianjurkan untuk dijalankan dan bahkan dapat dilaporkan karena Indonesia sudah mengatur hal demikian. Baik secara *offline* atau berupa *e-commerce* pada aturan pelaksanaan sama saja, dilarang mengandung unsur Maghrib.

Akuntansi dipandang sebagai suatu sistem yang mengolah masukan berupa data operasi dan data keuangan untuk menghasilkan output berupa informasi akuntansi yang dibutuhkan oleh pemakai. Untuk itu seorang manajer akan membutuhkan akuntansi dalam menjalankan usahanya. Informasi merupakan suatu fakta, data, pengamatan, persepsi yang menambah pengetahuan. Peran informasi disini untuk meminimalisir keraguan dalam pengambilan keputusan,

sehingga diperlukan beberapa alternatif tindakan yang mengandung kepastian sebelum diputuskan (Ilyas 2020). Sedangkan akuntansi syariah memiliki alur yang sama, namun ada beberapa bagian yang disesuaikan dengan aturan Islam untuk menghindari prinsip yang dilarang. Dalam akuntansi syariah terdapat pembersihan harta sebagai pertanggungjawaban berupa laporan keuangan penggunaan dana.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa pandangan bisnis *Multi Level Marketing* ada yang menghukumi mubah dan ada yang mengharamkan. Alasan bisnis *Multi Level Marketing* tidak diperbolehkan, yaitu adanya gharar, menyalahi prinsip akad transaksi, dan motivasi akad transaksi adalah bonus, bukan barang serta jenjang karir ditentukan oleh cepat lambatnya bergabung menjadi anggota, tergantung paket yang diambil. Sedangkan Sistem Akuntansi bisnis *Multi Level Marketing* adalah acuan pengambilan keputusan terkait reward yang akan diberikan kepada anggota dengan kinerja yang bagus dengan Penyaluran otomatis sesuai data yang masuk dan sudah dikonfirmasi oleh bagian yang menangani.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Zaini Nur dan Susilowati, Lantip. (2022). TINJAUAN AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI MULTI LEVEL MARKETING PADA E-COMMERCE INDONESIA. *Jurnal Akuntansi Syariah*. 6 (1). <https://doi.org/10.46367/jas.v4i2.254>.
- Alfiah, Fifit, Rasyid Tarmizi, and Aad Adyani Junidar. (2020). "PERANCANGAN SISTEM E-COMMERCE UNTUK PENJUALAN PAKAIAN PADA TOKO A&S." *ICIT Journal* 6 (1): 70–81. <https://doi.org/10.33050/icit.v6i1.862>.
- Antonio, Safi'i, Muhammad. (2005). MENGENAL MLM SYARIAH DARI HALAL HARAM KIAT BERWIRAUSAHA SAMPAI DENGAN PENGELOLAANYA. Tangerang: Qultum Media.
- Harmayani, dkk. (2020). E-COMMERCE SUATU PENGANTAR BISNIS DIGITAL. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Ilyas, Rahmat. (2020). "AKUNTANSI SYARIAH SEBAGAI SISTEM INFORMASI." *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 4 (2): 209–21. <https://doi.org/10.46367/jas.v4i2.254>.
- Jauhari, Sofwan. (2013). MLM SYARIAH: BUKU WAJIB WAWASAN MUSLIM PRAKTIS MLM SYARIAH. Jakarta: Mujaddi Press.
- Latifah, Eny, dkk. (2022). DASAR-DASAR AKUNTANSI SYARIAH. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Lestari, Putu Astri. (2021). "PELUANG BISNIS MULTI LEVEL MARKETING DIMASA

- PANDEMI COVID-19.” *Jurnal Imagine* 1 (1): 38–43. <https://doi.org/10.35886/imagine.v1i1.184>.
- Mardalis, Ahmad, and Nur Hasanah. (2016). “MULTI-LEVEL MARKETING (MLM) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.” *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah* 1 (1): 19. <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2693>.
- Nurjanah, Nita. (2019). “PENGARUH STRATEGI PEMASARAN MULTI LEVEL MAKRETING (MLM) TERHADAP KARAKTERISTIK INDIVIDU (SURVEI PADA MITRA PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL KOMUNITAS PAYTREN NEO RED TEAM (NRT) TANGERANG SELATAN).” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/45077>
- Pramiswari, Dewa Ayu Anggi, and Ida Bagus Dharmadiaksa. (2017). “PENGARUH E- COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRUSAHA.” *E-Jurnal Akuntansi* 20 (1): 261–89. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/29797>.
- Pratama, Bima Cinintya, Inta Gina Setiawiani, Siti Fatimah, and Herman Felani. (2017). “PENERAPAN PRAKTEK DAN TEORI AKUNTANSI SYARIAH BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH.” *Akuisisi: Jurnal Akuntansi* 13 (2): 83–91. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v13i2.181>.
- Putri, Keyla Ayu. (2020). “IMPLEMENTASI KONSEP SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA PERUSAHAAN JASA ONLINE (GO-JEK).” Jakarta.
- Romney, Marshall B., and Paul John Steinbart. (2015). *SISTEM INFORMASI AKUNTANSI: ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS*, Diterjemahkan Oleh: Kiki Sakinah, Nur Safira Dan Novita Puspasari. Edited by Muhammad Masykur. 13th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Safitri, Soffie Lianti. (2021). “IMPLEMENTASI KONSEP SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA PT SHOPEE INDONESIA.” Jakarta.
- Sani, Ahmad Faiz Ibnu. (2019). “LIMA ALASAN NU REKOMENDASIKAN BISNIS MLM HARAM, APA SAJA?” *Tempo.Co*, March 1, 2019. <https://bisnis.tempo.co/read/1180918/lima-alasan-nu-rekomendasikan-bisnis-mlm-haram-apa-saja>.
- Sutrisno Hadi. (1944). *METODE RESARCH*. Yogyakarta: FK. Psikologi UMG.
- Suwardi Endraswara. (2011). *METODOLOGI PENELITIAN SASTRA*. Yogyakarta: tim redaksi CAPS.
- Sundari, Nur Dinah Fauziah, and Iis Ayu Agustina. (2017). “MULTI LEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF SYARIAH.” *Al-“Adalah : Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 2 (3): 167–78. <https://doi.org/10.31538/adlh.v2i3.426>.
- Tashia, Tashia. (2017). “SISTEM E-COMMERCE DAN PERLINDUNGAN

KONSUMEN.” Kominfo.Go.Id. 2017. <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>.

V.Wiratna Sujarweni.(2014). METODOLOGI PENELITIAN.Yogyakarta: Pustaka Barupress

Wijayati, lin, Latifah, Eny, dan Wafirotin, Zulva, Khusnatul. (2020). SISTEM INFORMASI AKUNTANSI. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.