

الباب الأول

المقدمة

أ. خلفية البحث

كان التسويق المتعدد المستويات أحد النظم التسويقية التي استخدمه كثير من الشركات لتسويق منتجاته. هذه العملية نوع من أنواع البيع المباشر و يعرف أيضا بالتسويق الشبكي. وهي: برنامج تسويق يحصل فيه المسوق على أجرات أو حوافز مالية نتيجة لبيعه المنتج أو الخدمة (إن وجدت)، وكان برنامج الأجرة المتوقعة في الشركة لقد نظمها خاصةً حتى الأجرة المتحصلة ليس من جهد المسوق فحسب ولكن من جهد المستوى الأدنى (downline).^١

من أحد العقود التي تتكوّن بهذه العملية هي عقد البيع. والدليل على إباحة عقد

البيع والشراء في سورة البقرة ٢٧٥: وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.^٢

^١ أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، (مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات،

المجلد الثاني، العدد الأول، ٢٠٠٦)، ص: ٣.

^٢ أحمد بن علي بن محمد الشوكاني، فتح القدير الجامع بين فني الرواية و الدراية، (دار المعرفة،

١٤٢٣ هـ / ٢٠٠٤ م)، ص: ١٩٠.

في عملية التسويق المتعدد المستويات يمكن أن تكون ضررا للمجتمع و تحتوي على أمور محرمة. إذا كان النظام يحتوي على عناصر الغرر في بيع السلع والخدمات كالتسويق بنظام لعبة المال (*Money game*)، فإنه حرام.

أفتى الهيئة الشرعية الوطنية للمجلس العلماء الإندونيسي (DSN MUI) على شكل طبقات المبيعات المباشرة الشرعية (PLBS) أي التسويق المتعدد المستويات الشرعية في عام ٢٠٠٩. وهناك الشروط التي يجب الأعمال لأعضاء الشركة في التسويق المتعدد المستويات، وهي:

- (١) وجود المعاملات الحقيقية على المنتج والخدمات.
- (٢) والمنتجات التجارية ليست شيئا ممنوعا أو استخدامها لشيء ممنوع.
- (٣) المعاملة في التجارة يجب أن لا تحتوي على عناصر الغرر، والميسر أو القمار و الربا، والظلم، والمعاصي.
- (٤) ليست زيادة الأسعار عالية (*excessive mark up*) مما يخسر بالمستهلك لأنه لا يتناسب مع الفوائد المتناولة.^٣

شركة محدودة. Melia Sehat Sejahtera هي واحدة من شركات التسويق المتعدد المستويات التي أثرت على التنمية الاقتصادية في إندونيسيا. دليلها بأن الشركة قد حصل

³ Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, (Jakarta: penerbit Erlangga, 2014), p. 813.

على جائزة من وزير المالية (Kemenkeu) باعتبارها أفضل شركة التسويق المتعدد المستويات في الامتثال للضرائب بحلول عام ٢٠١٥. الشركة لديها اثنين من المنتجات الصحية هما Propolis و Biyang. ويستورد هذه المنتجات من ماليزيا. إنّ الشركة لها نظام التسويق يختلف عن شركات تسويق المتعدد المستويات عموماً. وكان هذا النظام أكثر تحزباً لرفاهية أعضاء الشركة بإعطاء الأجرات أكثر من شركات تسويق المتعدد المستويات الأخرى. وهي إمامية على أسرع دفع الأجرات بالنسبة إلى شركات التسويق المتعدد المستويات عموماً. وقد تنتشر آفاق المنزل (Home Prospek) إلى مختلف المناطق في إندونيسيا، واحدة منها في مدينة فونوروكو. فأشهر المستركون لإنضمام هذه الشركة من المسلمين. مع أنّ هذه الشركة لم تتناول شهادة من الهيئة الشرعية الوطنية للمجلس العلماء الإندونيسي.

بناء على تلك المشكلة المذكورة، أراد الباحث بحث العلمي بالموضوع: مراجعة

القانون الإسلامي على نظام التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة

Melia Sehat Sejahtera بمدينة فونوروكو.

⁴ *Pembayar Pajak Terbesar di 2015 MSS di Daulat jadi Duta Pajak*. Bersumber dari situs <http://www.jpnn.com/read/2016/6/03/425877/MSS-Didaulat-Jadi-DutajPajak>- diakses pada tanggal 26 Oktober 2016.

ب. تحديد المسألة

وبناء الخلفية التي تم تقديمها، فالباحث يقدم بعض المشاكل الرئيسية التي سيتم

مناقشتها في هذه الورقة. أما بالنسبة للمشاكل الرئيسية هي كما يلي:

١. كيف نظام التسويق على التسويق المتعدد المستويات في شركة Melia

Sehat Sejahtera ؟

٢. كيف مراجعة القانون الإسلامي على عملية التسويق المتعدد المستويات في

شركة Melia Sehat Sejahtera محدودة ؟

ج. أهداف البحث

أما الأهداف المنشودة التي يتوجه إليها الباحث في كتابة هذا البحث تتكون مما

يلي :

١. لمعرفة نظام التسويق على التسويق المتعدد المستويات في شركة Melia

Sehat Sejahtera

٢. لمعرفة مراجعة القانون الإسلامي على عملية التسويق المتعدد المستويات

في شركة Melia Sehat Sejahtera محدودة

د. أهمية البحث

ومن المتوقع أن تكون مفيدة نظريا وعمليا على نتائج هذه الدراسة.

١. من الناحية النظرية، يتوقع نتائج هذا البحث أن تكون مفيدة كقراءة مواد خاصة

بالنسبة لتطوير العلوم التي تتعامل مع القانون الاقتصادي للشريعة الإسلامية

حق للمنتجين والمستهلكين. ويمكن استخدامها كمرجع أو واحد من مصادر

المعلومات لجميع أولئك الذين يريدون لإجراء بحوث أخرى.

٢. في الممارسة العملية، ومن المتوقع أن تكون مفيدة للشركة كمدخل التي يمكن

استخدامها بوصفها الاعتبار المادي الشركة لحل المشاكل التي تواجهها وخاصة

القضايا الشبكات التجارية نتائج هذه الدراسة.

هـ. البحوث السابقة

لتنفيذ هذا البحث يحتاج الباحث إلى البحوث السابقة من الكتب والمؤلفات

المتعلقة بهذا الموضوع وهي:

البحث الذي كتبه عامي شوليهاطي، التي تناقش عن موضوع "Tinjauan Hukum

Islam Tentang Insentif *Passive Income* Pada Multi Level Marketing Syariah Di

PT. K- Link International" هذا البحث العلمي يبين عن مشكلة فيما يتعلق بما هو

الدخل السلبية المكثفة (Insentif *Passive Income*) في شركة محدودة. K-Link

International و كيفية مراجعة القانون الإسلامي من الدخل السلبي المكثف (Insentif Passive Income) على نظام التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة K-Link International. فحصل الباحث من بحثه إلى النتيجة بأن الدخل السلبية المكثفة حصلت عليها الأعضاء كالمصنفة الروابط (Royal Crown Ambassador, Crown Ambassador, Emerald Manager). والباحث يعتقد بأن الإسلام وفقا بوجود "الدخل السلبية المكثفة"، لأن بينهما لا يوجد الإيجاب. ° والفرق بينه و هذا البحث هو بيّن دقيقاً بالدخل السلبية المكثفة مع أنّ هذا البحث يبيّن كثيرا في نظام التسويق على رأي الإسلام.

البحث الذي قدمته أيوديانا نياتي مفيدة عن موضوع "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) K-Link Menurut Hukum Islam" هذا البحث يبين عن كيفية آلية التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة K-Link في المدينة مالنج وكيفية الإسلامية المراجعة القانونية علي هذه شركة محدودة K-Link في المدينة مالنج. بينت الكاتبة في هذا البحث العلمي بأن آلية التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة K-Link في المدينة مالنج ينقسم إلى الخطة A والخطة B. أما هذه شركة محدودة نفسها

⁵ Ami Sholihati, Tinjauan Hukum Islam tentang Insentif Passive Income pada Multi Level Marketing Syariah di PT. K-link International, Semarang : IAIN Walisongo, 2012, p. 76-77

قد تم وصفها بأنها من التسويق المتعدد المستويات الشرعية الإسلامية وفقا للهيئة الشرعية الوطنية للمجلس العلماء الإندونيسي رقم ٧٥/DSN-MUI/ثالثا/٢٠٠٩ حول مباشرة بيع "الشرعية" المتعددة المستويات.^٦ والفرق بينه وهذا البحث أنه يبين كثيرا على آلية التسويق المتعدد المستويات على رأي الإسلام وهذا البحث يبين كثيرا في نظام التسويق على التسويق المتعدد المستويات بالرأي الإسلام.

البحث الذي قدمته نور عزيزة عن موضوع "Tinjauan Hukum Islam terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus Team Ninja Bangkit Tulungagung) هذا البحث يبين عن كيفية تطبيق نظام التسويق المتعدد المستويات في شركة Duta Network Indonesia تطبيق على أعضاء الفريق Ninja Bangkit Tulungagung وكيفية مراجعة القانون الإسلامي على هذه شركة محدودة Duta Network Indonesia من المشاكل المذكورة أعلاه يبينت الكاتبة بأن النظام المطبق من قبل فريق Ninja Bangkit Tulungagung هو محاولة توزيع الكتيبات، واعلان المبادئ، (Duta Opportunity Presentation)، والعرض المباشر، marketing plan silver، أما بالنسبة لرأي الشرعية الإسلامية ضد نظام التسويق المتعدد المستويات من قبل أعضاء من فريق Ninja Bangkit Tulungagung هي مباح أم جائز،

⁶ Ayyudiana Niyati Mufidah, *Bisnis Multi Level Marketing (MLM) K-Link Menurut Hukum Islam*, Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2012, p. 106-107.

لأن النظم و المنتجات المستخدمة خالية من أمور محرمة من قبل الشريعة الإسلامية.^٧
والفرق بينه وهذا البحث هو إنه بحث عن تطبيق التسويق المتعدد المستويات وهذا
البحث يبحث عن آلية التسويق على التسويق المتعدد المستويات بالرأي الإسلام.

البحث الذي قدمته و ارداتوال ويرديانا عن موضوع "Tinjauan hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT. Veritra Sentosa International Semarang) هذا البحث بيّن عن كيفية ممارسة بيع وشراء الهواتف الرصيد مع نظام التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة. Veritra Sentosa International Semarang. و كيفية مراجعة قانونية الإسلام لممارسة بيع وشراء الهواتف الرصيد مع نظام التسويق المتعدد المستويات على هذه شركة محدودة. بيّنت الكاتبة في هذا البحث العلمي بأن ممارسة بيع و شراء الهواتف الرصيد مع نظام التسويق المتعدد المستويات لا تزال بعض الأشياء التي لا تتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية و القانون. هناك الغرر في البيع والشراء. يقع الغرر بها في نظام الشراء KP25، فإن الشركة لم تبين في بداية العقد، تتعلق بوجوب العودة الودائع للأعضاء الجديد. أما بالنسبة للتوزيع الأجور، هناك بعض الأشياء التي لا تناسب بالأحكام الهيئة الشريعة الوطنية للمجلس العلماء الإندونيسي (DSN MUI) للفتوى

⁷ Nur Ajizah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus Team Ninja Bangkit Tulungagung)*, Tulungagung, IAIN Tulungagung, 2014, p. 105-106.

رقم ٧٥ عام ٢٠٠٩.^٨ والفرق بينه وهذا البحث، أنه بيّن كثيرا في عقد البيع على النظام التسويقي المتعدد المستويات على رأي الإسلام وهذا البحث يبين كثيرا في نظام التسويق على التسويق المتعدد المستويات بالرأي الإسلام.

البحث الذي قدمته نور الفائزين عن موضوع "نظرية التسويق المتعدد المستويات في الاقتصاد الإسلامي (دراسة مكتبية)". هذا البحث يبيّن عن نظرية التسويق المتعدد المستويات في الاقتصاد الإسلامي، ويستهدف الى معرفة نظريته من مبادئه وآليته في الاقتصاد الإسلامي. فحصل الباحث من بحثه إلى النتيجة هي أن التسويق المتعدد المستويات في الحكم الإسلامي هو التسويق المتعدد المستويات الذي يعمل وينفذ المبادئ الاقتصادية الإسلامي في عقده وشروطه وآليته.^٩ والفرق بينه وهذا البحث، بأن بيّن كثيرا على مفهوم التسويق المتعدد المستويات في الاقتصاد الإسلامي و تلك دراسة مكتبية وهذا البحث بيّن كثيرا في نظام التسويق على نظام التسويق المتعدد

^٨ Wardatul Wildiana, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa International Semarang)*, Semarang, UIN Walisongo Semarang, 2015, p. 129-130.

^٩ نور الفائزين، نظرية التسويق المتعدد المستويات في الاقتصاد الإسلامي (دراسة مكتبية)،

المستويات بالرأي الإسلام وهذه دراسة حالة. وهكذا، أن البحث الذي أجرى على هذا النحو، قد حرفاً ومشكلة مختلفة مع البحوث السابقة.

و. الإطار النظري

البيع لغة هي بذل المثلّث وأخذ الثمن أو أخذ المثلّث وبذل الثمن وهو من الاضداد^{١٠} واصطلاحاً عقد معاوضة مالية تفيد ملك عين أو منفعة على التأيد لا على وجه القرية. فخرج بقوله : (عقد) المعاطة، وب (المعاوضة) نحو الهدية، وب (المالية) نحو النكاح، وب (إفادة ملك عين) الإجارة ، و(بغير وجه القرية القرض). والمراد بالمنفعة في هذا التعريف بيع نحو حق الممر، وأما التقييد بالتأيد فالإخراج الإجارة.^{١١}

التسويق الإسلامي هو نظام الاستراتيجية للأعمال التجارية التي توجه إنشاء المبادئ وعروضها وتغيرها من المنتج التي وفقاً للشرعية الإسلام.^{١٢} فالتسويق المتعدد

^{١٠} المنجد في اللغة والأعلام، (لبنان: دار المشرق بيروت، الطبعة الحادية والأربعون، ٢٠٠٥)، ص:

^{١١} يوسف كمال محمد، فقه اقتصاد السوق النشاط الخاص، (مصر: دار النشر للجامعة المصرية مكتبة

الوفاء، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٠ م)، ص: ١٨٣.

^{١٢} Herman Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cetakan ketiga, (Bandung: Mizan, 2006), p. 26.

المستويات هو برنامج تسويق يحصل فيه المسوق على أجرات أو حوافز مالية نتيجة لبيعه المنتج أو الخدمة (إن وجدت)، وكان برنامج الأجرة المتوقعة في الشركة لقد نظمها خاصةً حتى الأجرة المتحصلة ليس من جهد المسوق فحسب ولكن من جهد المستوى الأدنى (downline).^{١٣} والتسويق المتعدد المستويات الأصلي لديه رسالة الخاص SIUPL هي مكتوب في المادة ٩ من لائحة ٣٢ لسنة ٢٠٠٨. و SIUPL صالحة في جميع أنحاء أراضي جمهورية إندونيسيا.^{١٤}

أفتت الهيئة التشريعية الوطنية لمجلس العلماء الإندونيسي بالتسويق المتعدد المستويات التشريعية على رقم ٧٥/DSN-MUI/السابع/٢٠٠٩ حول مباشرة بيع المبادئ التوجيهية التشريعية المتعدد المستويات (PLBS).

ز. منهج البحث

للاصول على درجة البحث العلمي، تعتمد الباحث على المناهج المناسبة باستخدام الأسس الآتية:

^{١٣} أسامة عمر الأشقر، التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، ص. ٣.

١. نوع البحث

هذا البحث من نوع دراسة الحالة مع أسلوب كفي وصفي (deskriptif kualitatif). البحث الوصفي هو الدراسة التي تهدف الى انشاء وصفا أو صورة من الحقائق، وخصائص والعلاقة بين ظاهرة التحقيق.^{١٥} بينما يهدف البحث الكيفي لإنتاج البيانات الوصفية، في شكل كلمات منطوقة أو من الناس، ولاحظ سلوكهم.^{١٦} في هذه الدراسة البحثية هي نظام التسويق ومراجعة القانون الإسلامي على الطريق التسويق المتعدد المستويات في شركة محدودة. Melia Sehat Sejahtera.

٢. مصادر البيانات

ويراد بمصادر البيانات في هذا البحث هي المصدر تؤخذ منه البيانات، و يرجع الباحث في بحثه إلى المصادر الآتية:

أ) مصادر البيانات الأولية هي الحقائق المأخوذة مباشرة من موضوع البحث من خلال ارتداء أداة قياس أو البيانات استرجاع مباشرة على الموضوع حيث ان مصدر المعلومات المطلوبة.^{١٧} يتم الحقائق على هذه البيانات من

¹⁵ Mohammad Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Gpia Indonesia, 1999), p. 63

¹⁶ Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Remaja Rosdakarya, 2000), p. 3

¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), p. 91

خلال المصنفات شركة محدودة. Melia Sehat Sejahtera ومقابلات مع

نشطة تتعلق بالمشاكل التي تثير الباحث.

(ب) مصادر البيانات الثانوية هي الحقائق المأخوذة من خلال أطراف أخرى،

لا مباشرة التي حصل عليها الباحث من مواضيع البحث.^{١٨} مصادر

البيانات الثانوية أنها قادرة على تقديم معلومات إضافية لتعزيز البيانات

الأساسية.^{١٩} وقد تم الحصول على مصادر ثانوية في هذه الدراسة من

مختلف المصادر التي تصف اتفاقية بيع وشراء، إما من الكتب فقه

المؤاملات، فتوى مجلس العلماء من إندونيسيا (DSN MUI)، والكتب

التسويق الشرعي.

٣. منهج جمع البيانات

للحصول على الحقائق و المعلومات المرجوة، سلك الباحث على بعض المناهج

العلمية في جمع البيانات، وهي:

^{١٨} نفس المرجع، ص. ٩١

أ) المنهج المقابلة

هي الوسائل المستخدمة من قبل شخص لغرض معين، في محاولة للحصول على معلومات/آراء شفويا من قبل المدعى عليه بالتحدث مباشرة مع ذلك.²⁰ في هذه الحالة سوف إجراء مقابلا بأعضاء فاعلين Melia Sehat Sejahtera المرتبطة المشاكل التي الباحث اعتمد.

ب) الوثائق

التي تسعى البيانات على الأشياء أو المتغيرات مثل الملاحظات، النصوص والكتب والصحف، والمجلات، ومحاضر الاجتماعات، و ما أصبح ذلك. في هذه الحالة الباحث يبحث عن الكتب ذات الصلة مثل staterkit شركة محدودة Melia Sehat Sejahtera مع مشكلة اتفاقية نظام التسويق في شركة محدودة Melia Sehat Sejahtera و فتوى مجلس العلماء من إندونيسيا (DSN MUI) على البيع المباشر المتدرج الإسلامية.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*, Cet. Ke-8 (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1989), p. 132- 133

٤. تحليل البيانات

بعد أن يتم جمع البيانات الأولية والبيانات الثانوية، ثم يتم تنظيم البيانات وفقاً للمشكلات القائمة، فأجرى تحليلها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. المنهج الوصفي التحليلي هي الطريقة التي تم التحقيق في الإجراءات التي حل بحوث وصف و تصوير هذا الموضوع أو الكائن إلى الشخص أو المؤسسة في الوقت الحاضر بحكم أن يبدو كما هو عليه.^{٢١}

ح. تنظيم كتابة تقرير البحث

لتصل غاية البحث و الحصول على الأهداف المرجوة و بلوغ الأفكار في كتابة هذه الرسالة، يترتب الباحث ببحثه بتقسيم الرسالة على خمسة أبواب:

الباب الأول يتكون هذا الباب على خلفية البحث، و تحديد المسألة، و أهداف البحث، و أهمية البحث، و البحوث السابقة، و الإطار النظري للبحث، و منهج البحث، و تنظيم كتابة تقرير البحث.

²¹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, Cet. Ke-6, 1993), p. 63

الباب الثاني يتكلم الباحث نظرية عامة عن مفهوم البيع في الإسلام وأركانه، وشروطه، وأنواعه وشرح مفهوم التسويق الإسلامي، ومفهوم التسويق المتعدد المستويات.

الباب الثالث يتكلم الباحث نظرية عامة عن شركة محدودة Melia Sehat Sejahtera والذي يتضمن عقد الرؤية والرسالة والخطة التسويقية، وتوضح تحليل القانون الإسلامي لشركة محدودة Melia Sehat Sejahtera.

الباب الرابع يتكلم الباحث عن نتيجة البحث والتوصية واحتمام.