



## Implementasi Asuransi Syari'ah Berbasis *Multi Level Marketing (MLM)* dalam Perspektif *Maqashid Syari'ah Jasser Auda*

Habib Ismail<sup>1</sup>, Ahmad Muslimin<sup>2</sup>, Amin<sup>3</sup>, Wiwik Damayanti<sup>4</sup> M. Anwar Nawawi<sup>5</sup>

<sup>\*1,2,3&4</sup>Institut Agama Islam Maarif (IAIMNU) Metro Lampung

<sup>5</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tulang Bawang, Lampung

e-mail: habibismail65@gmail.com, amin.iaimnu@gmail.com, wiwikdamayanti77@gmail.com

**Abstrak:** Fokus topik artikel ini adalah pada aspek filosofis Hukum Islam dalam praktik asuransi syariah berbasis *Multi Level Marketing (MLM)* dari sudut pandang *Maqashid Al-Syari'ah Jasser Auda*, dimana asuransi adalah proses dari penanggung yang menyerahkan tanggung jawab kepada tertanggung dalam bentuk takaful. Proses pemasarannya biasa dilaksanakan dengan prinsip keagenan, namun tidak menutup kemungkinan proses ini bisa menggunakan penjualan langsung berjenjang dengan istilah lain *Multi Level Marketing (MLM)*. Persoalan penting yang kemudian muncul, bagaimana status hukum penanggung pertama kepada penanggung kedua? Persoalan ini akan dipecahkan dengan pendekatan filosofis, dengan mengkaji seluruh proses penjualan jasa asuransi. Penelitian ini merupakan study kepustakaan (*library reseach*). Hasil penelitian menemukan bahwa implementasi asuransi syari'ah berbasis *Multi Level Marketing (MLM)* bisa dilaksanakan dengan dua konsep. Pertama, secara proporsional perusahaan asuransi hanya menyediakan produk asuransi sebagai *ceding company (upline)*, kemudian posisi konsumen lainnya menjadi member (*downline*) dan seterusnya kebawah. Kedua, diimplementasikan sebagaimana perusahaan jasa reasuransi, dimana perusahaan reasuransi juga mempunyai tata kerja yang bersifat dan lazim berlaku secara internasional, yang meliputi bentuk-bentuk reasuransi dan metode terjadinya reasuransi. 2) Implementasi asuransi syari'ah berbasis *Multi level Marketing (MLM)* dalam perspektif *Maqashid Al-Syari'ah Jasser Auda* bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam pola pertama dan kedua dalam sistem pemasaran asuransi syari'ah dengan *Multi Level Marketing (MLM)* tergantung dalam kontrak perjanjian yang di atur antara *ceding company* dengan para *member* di bawahnya dengan menekankan pada aspek kognitif, Utuh (*Wholeness*), *Openness (Self-Renewal)*, *Interrelated Hierarchy*, *Multi-dimensionality*, *Purposefulness*.

**Kata Kunci:** Asuransi Syariah, *Multi Level Marketing*, *Maqashid Al-Syari'ah*, Jasser Auda.

## PENDAHULUAN

Asuransi syariah merupakan program yang dikembangkan untuk saling membantu dan mengembangkan konsep antar sesama peserta. Untuk itu, salah satu peserta menjadi penjamin bagi peserta lainnya atas risiko yang timbul. Prinsip ini dilakukan dengan konsep dana tabar atau dana kebajikan yang berguna untuk mengambil risiko. Dalam perkembangannya, asuransi syariah telah menjadi pilihan masyarakat Muslim dalam berinvestasi dan mendapatkan perlindungan, terhindar dari ketidakpastian, dan sistem bunga yang haram. Dengan melaksanakan akad *tijarah*, yaitu segala bentuk akad komersial dan akad *tabarru*, yang dilakukan dengan tujuan tolong-menolong, bukan semata untuk tujuan komersil (Sula, 2004:378). Sebagaimana dimaksud tercantum dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr [59]: 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ١٨

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Perusahaan asuransi dapat mempekerjakan agen asuransi dalam bentuk usaha perorangan atau organisasi perusahaan yang memiliki hubungan kerja dengan perusahaan asuransi atau independen untuk menawarkan produk asuransi. Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau suatu badan usaha yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili

Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dalam memasarkan produk asuransi atau asuransi syariah. produk, sesuai Pasal 1 angka 28 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014.

*Multi Level Marketing* (MLM) adalah jenis pengembangan pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan (pembuat) dari banyak cara untuk memasarkan/mendistribusikan/ menjual produknya melalui penciptaan armada pemasar/distributor/penjualan langsung (*independen*), tanpa campur tangan perusahaan. Distributor independen dan jaringan penjual langsung yang mereka bangun menentukan target penjualan dalam skema *Multi Level Marketing* (MLM) ini. Sedangkan *remunerasi* yang diterima berupa potongan harga, dan komisi/insentif ditetapkan oleh perusahaan produksi secara bertahap berdasarkan total nilai penjualan (*volume point/business point*) yang diberitahukan kepada setiap distributor independent sejak mereka mendaftar menjadi calon anggota.

Hubungan agen asuransi dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) adalah dengan agen asuransi yang memiliki kuasa dari penanggung/perusahaan asuransi. Karena tidak terikat perjanjian langsung dengan penanggung, pihak tertanggung/pemegang polis akan dirugikan jika hal ini dilakukan. Jika kondisi risiko muncul di masa depan, klaim asuransi mungkin sulit diperoleh karena tidak adanya kesepakatan yang mendasarinya; namun demikian, tertanggung tetap dapat mengandalkan ketentuan dalam undang-undang perlindungan konsumen yang menekankan bahwa produsen/pelaku usaha (dalam hal perasuransian, perusahaan asuransi dan agen asuransi)

harus menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik, yaitu hati-hati, dan sesuai dengan hukum serta pertanggungjawaban (Sumiyati, 2012).

Secara teologis, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta peradaban manusia, tidak harus langsung berhadapan dengan teks; sebaliknya, ijtihad harus digunakan untuk menemukan solusi. Islam memberikan skala normatif global, mirip dengan aktivitas ekonomi. Bisa dikatakan, misalnya, menyangkut masalah operasi jual beli dan penjaminan utang. Al-Qur'an hanya mencakup jual beli yang halal secara umum, seperti barang mana yang khiyar dan tidak, dan tidak membahas secara mendalam tentang cara-cara menjamin hutang atau aturan. Ijtihad digunakan untuk memperoleh hal-hal yang tidak tercakup dalam kedua sumber hukum dasar tersebut.

Upaya hukum yang relevan dengan kesulitan yang dihadapi dapat dilakukan, khususnya dalam bidang muamalah, sepanjang diketahui tujuan hukumnya (*Maqashid Al-Syariah*). Selain ayat-ayat hukum dengan batasan dalam bidang muamalah, akan ada solusi yang mampu menyelesaikan kesulitan dan tidak terbatas jumlahnya. Menurut Abdul Wahab Khallaf, ilmu *Maqashid Al-Syari'ah* sangat penting karena dapat digunakan untuk memahami redaksi Al-Qur'an dan As-Sunnah, menyelesaikan argumentasi yang saling bertentangan, dan yang terpenting, menetapkan hukum terhadap kasus-kasus yang dilanggar oleh Al-Qur'an dan Sunnah tidak mengakomodir dalam kajian kebahasaan (Effendi, 2005:237).

Jasser Auda juga menawarkan konsep fiqh modern berbasis Maqashid al-Syariah, selain penjelasan di atas. Ia mendasarkan filosofi pemikirannya pada

*Maqashid Al-Syariah*, dengan menggunakan pendekatan sistem sebagai gaya berpikirnya dan pisau analitis. Sebuah teknik baru untuk membahas hukum Islam dan Ushul Fiqh yang belum pernah dicoba sebelumnya. Ini menyoroti bahwa Islam adalah agama yang mempromosikan nilai-nilai kemanusiaan dan menawarkan solusi untuk kehidupan manusia yang sehat dan seimbang. Inilah pertanyaan yang coba dijawab oleh Jasser Auda: bagaimana sebuah gagasan sistem dapat mengendalikan kehidupan umat Islam sedemikian rupa sehingga mereka berjalan sesuai aturan dan bermanfaat bagi manusia?

Karena pengertian *Maqashid* yang dikemukakan oleh *Maqashid Al-Shari'ah* Jasser Auda lebih luas, elastis, moderat, dan berani, ia dipilih sebagai sudut pandang dalam penelitian ini. Selain itu, ia mencoba untuk membangun kembali konsep maqashid tradisional tentang perlindungan dan pelestarian demi doktrin *Maqashid* baru tentang pembangunan dan hak. Selain itu, ia bercita-cita untuk menghidupkan kembali ilmu tentang *ruh al-tashri* sebagai sarana *istinbath* syariat Islam melalui konsep *Maqashid al-Syariah*nya (Irfan, 2013:184).

Filsafat sistem, menurut Jasser Auda, adalah kritik terhadap modernitas dan *postmodernitas* yang mengkritik *reduksionisme* modern, yang berpendapat bahwa semua pengalaman manusia hanya dapat dipahami melalui logika sebab-akibat. Irasionalitas dan dekonstruksi *postmodernisme* juga ditantang oleh filsafat sistem. Filsafat sistem muncul sebagai filsafat *post-postmodern* yang melampaui rasionalisme dan tidak terikat oleh sentrisitas Eropa. Alam semesta, menurut filosofi sistem, adalah struktur rumit yang tidak dapat didekati melalui pendekatan kausal (Auda, 2007:29).

Jasser Auda mengembangkan seperangkat kategori untuk menerapkan teori sistem pada hukum Islam, termasuk sifat kognitif (karakter kognitif), keutuhan (*wholeness*), keterbukaan (*openness*), hierarki terkait, *multidimensi* (*multi-dimensi*), dan tujuan. Hubungan perwujudan hukum dalam sistem inilah yang menarik perhatian peneliti dalam menganalisa asuransi syariah dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) dalam sudut pandang *Maqashid Al-Syari'ah* Jasser Auda.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Asuransi dan Asuransi Syariah

Dalam ekonomi Islam dikenal dengan adanya lembaga keuangan yang berbentuk bank dan lembaga keuangan perekonomian umat non perbankan, diantaranya asuransi syariah (Thamrin, 2021). Asuransi biasanya disebut dalam bahasa Inggris sebagai *insurance* dan *assurance*, yang berarti "jaminan resmi, tindakan atau sarana untuk memastikan atau memastikan, jaminan," antara lain. Asuransi adalah kontrak di mana satu penjamin asuransi setuju untuk membayar orang lain yang dilindungi, disebut 'tertanggung', sejumlah uang, atau yang setara, untuk peristiwa tertentu dengan imbalan biaya yang disepakati disebut 'premi' (Ivamy, 1993:3).

Sistem asuransi syariah memiliki konsep pembagian risiko daripada transfer risiko seperti asuransi konvensional. Asuransi syariah merupakan suatu cara dalam mengelola risiko yang datang sesuai dengan azas tolong menolong antar sesama. Dewan Syariah Nasional dalam fatwa DSN No.21/DSN-MUI/X/2001 mengenai pengertian asuransi syariah (*ta'min*, *takaful*, atau *tadhamum*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong

diantara sejumlah tolong-menolong, adil, dan bahkan saling menguntungkan antara sesama pemegang polis maupun perusahaan. Sehingga asuransi syariah dikenal tidak mementingkan keuntungan namun tujuannya adalah sosial, saling membantu yang kesusahan dalam menghadapi musibah sesuai dengan Al-Quran dan As-Sunnah (Jannah dan Nugroho, 2019).

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian Pasal 1 ayat 1, asuransi merupakan perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk :

- a. Memberikan ganti rugi kepada tertanggung atau pemegang polis atas setiap kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita oleh tertanggung atau pemegang polis sebagai akibat dari terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau
- b. Melakukan pembayaran berdasarkan meninggalnya tertanggung atau pembayaran berdasarkan nyawa tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau berdasarkan hasil pengelolaan dana.

Az-Zarqa juga menulis dalam bukunya *'Aqdu at-Ta'min wa Mauqifu ash-Shari'ah al-Islamiyyah Minhu'* bahwa sistem asuransi yang diakui oleh para ahli hukum (syariah) adalah sistem ta'awun dan *tadhamun* yang berusaha untuk menutupi peristiwa atau bencana yang hilang. Tanggung jawab ini didelegasikan kepada sekelompok tertanggung, yang bertanggung jawab untuk menyediakan

pengganti bagi mereka yang terkena dampak bencana. Kumpulan premi mereka digunakan untuk menggantikannya. Mereka (para ahli syariah) mengklaim bahwa ketika memutuskan hukum yang berkaitan dengan kehidupan sosial dan ekonomi, Islam bercita-cita untuk menciptakan masyarakat yang didasarkan pada prinsip tolong-menolong dan jaminan dalam pelaksanaan hak dan kewajiban. Sementara itu, Al-Fanjari menjelaskan apa itu tadhamu (Al-Fanjari, 1994:23).

Dari terminologi sebagaimana di atas, maka asuransi syariah adalah salah satu kegiatan usaha yang dilakukan menurut prinsip syariah. Asuransi syariah disebut juga dengan asuransi ta'awun yang artinya tolong-menolong atau saling membantu. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa asuransi ta'awun prinsip dasarnya adalah dasar syariat yang saling toleran terhadap sesama manusia untuk menjalin kebersamaan dalam meringankan bencana yang mungkin dialami (Effendi 2016, 73).

#### **Dasar Hukum Asuransi Syariah**

Dasar hukum asuransi syariah tidak terlepas dari ayat, hadis, dan kaidah fiqihyah sebagaimana yang tertera dalam fatwa DSN MUI Ayat yang dijadikan dasar adalah ayat tentang perintah mempersiapkan hari depan (QS Al-Hasyr: 18), ayat tentang prinsip-prinsip muamalah, baik yang harus dilaksanakan maupun dihindarkan sebagaimana QS Al-Maidah: 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجْلَىٰ الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak*

*menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.*

Hadis Nabi Muhammad SAW yang menjadi rujukan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) dalam memutuskan pedoman asuransi Syariah, di antaranya hadis tentang meringankan beban yang ditanggung oleh orang mukmin yang kesusahan adalah suatu perbuatan mulia dan akan mendapatkan balasannya yang baik di akhirat kelak. Hadis yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Artinya: *Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Barangsiapa melepaskan kesusahan seorang muslim dari kesusahan dunia, Allah akan melepaskan kesusahannya pada hari kiamat; barangsiapa memudahkan seorang yang mendapat kesusahan, Allah akan memudahkan urusannya di dunia dan akhirat; dan barangsiapa menutupi (aib) seorang muslim, Allah akan menutupi (aibnya) di dunia dan Akhirat; dan Allah selalu akan menolong hambanya selama ia menolong saudaranya."* (H.R. Muslim, Nomor Hadis 2699)(An-Naisaburi, 1991).

#### **Prinsip Umum Asuransi Syariah**

Secara umum prinsip yang dipakai dalam Asuransi Syariah menggunakan *takaful*, secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Prinsip Tolong Menolong

Asuransi syariah adalah akad perlindungan timbal balik antara dua pihak yang mencakup komponen saling tolong-menolong demi kebaikan.

##### b. Prinsip Pengorbanan

Pemanfaatan gagasan *tabarru'* sebagai konsep dasar dalam asuransi syariah mencontohkan pendekatan ini. Pengorbanan untuk saudara Muslim

seseorang adalah perbuatan besar yang akan dibalas oleh Allah di akhirat. *“Barangsiapa yang memenuhi keinginan saudaranya, niscaya Allah akan mengabdikan keinginannya,” demikian bunyi hadits Nabi. (HR Bukhari Muslim).*

c. Prinsip jaminan

Setiap Muslim harus memastikan keselamatan dan kesejahteraan saudaranya. *“Seorang mukmin terhadap sesama mukmin itu seperti sebuah bangunan, bagian yang satu menguatkan bagian yang lain, lalu Nabi menjentikkan jarinya,” demikian bunyi hadits Nabi Muhammad Saw”. (H.R. Bukhari dan Muslim).*

d. Prinsip keselamatan, kesejahteraan dan perlindungan

Prinsip ini menyatakan bahwa jika seorang Muslim menderita bencana, saudara-saudaranya harus mengambil tindakan proaktif untuk melindunginya.

### **Konsepsi Multi Level Marketing dan Multi Level Marketing Syari’ah**

Secara Etimologi *Multi Level Marketing (MLM)* berasal dari bahasa Inggris *Multi* berarti “banyak” sedangkan kata *level* berarti “jenjang atau tingkat”. Adapun marketing berarti pemasaran. Secara kongkrit MLM bisa diartikan pemasaran yang berjenjang banyak. Disebut sebagai *“Multi Level”* karena merupakan suatu organisasi distributor yang melaksanakan penjualan yang berjenjang banyak atau bertingkattingkat (Harefa, 1999).

*Multi Level Marketing (MLM)* adalah teknik pemasaran yang canggih berdasarkan jaringan distribusi yang dibangun dari waktu ke waktu dengan mengatur pelanggan dan orang pemasaran secara strategis. Dengan istilah lain, MLM adalah pemasaran

berjenjang yang mempekerjakan konsumen sebagai staf pemasaran melalui jaringan distributor (Muslih, 2010).

Pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak level, yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut *Upline* jika mempunyai *Downline*. Dan inti dari bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* ini adalah digerakkan dengan jaringan, baik yang sifatnya vertikal atas bawah maupun horizontal kiri-kanan.

Sebagaimana peneliti sebutkan di atas, bahwa istilah *Multi Level Marketing (MLM)* tidak ditemukan dalam Undang-undang perdagangan maupun Fatwa DSN MUI, melainkan dengan bahasa Penjualan Langsung Berjenjang dan Penjualan Langsung Berjenjang Syari’ah.

Dalam konteks ini PLBS terdapat beberapa kriteria yang berbeda dengan konsep *Multi Level Marketing (MLM)* pada umumnya. *Pertama*, dalam hal pengawasan, perusahaan MLM Syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi kegiatan bisnis dan memberikan arahan untuk memastikan bahwa tidak ada tindakan perusahaan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Produk yang dijual, iklan, program pemasaran, dan kegiatan seremonial dalam korporasi semuanya berada di bawah pengawasan ini. Tidak seperti *Multi Level Marketing (MLM)* tradisional, yang diawasi langsung oleh perusahaan penyelenggara (Jauhari, 2013:51).

*Kedua*, barang yang ditawarkan layak/halal untuk digunakan atau dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam. MUI mengeluarkan sertifikasi halal kepada pelaku usaha, namun sertifikasi tersebut tidak dicantumkan dalam

kemasan produk, padahal label halal ada. Sedangkan produk yang tidak tergolong makanan atau minuman cukup dibicarakan dengan Dewan Pengawas Syariah secara lisan atau tertulis. *Multi Level Marketing* (MLM) tradisional, di sisi lain, tidak menganggap ide ini sebagai patokan, lebih memilih untuk fokus pada bisnis (Jauhari, 2013).

*Ketiga*, dalam sistem pembagian bonus kepada *member* dan *marketing plan* perusahaan harus terbebas dari hal-hal yang diharamkan, utamanya adalah unsur *maysir* (judi), *gharar* (penipuan) dan *riba*. Mengenai pengaturan persyaratan, tercantum dalam dalam fatwa DSN 75/2009. Jika sudah memenuhi dua belas persyaratan, maka akan diberikan sertifikat syariah oleh Dewan Syariah Nasional.

*Keempat*, *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah memiliki orientasi bisnis menjual produk berupa barang, bukan pada merekrut orang. Perlu diketahui bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) yang mendapatkan sertifikasi syariah dari DSN MUI harus memenuhi semua perizinan yang berlaku di negara Indonesia, antara lain memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) (Jauhari, 2013).

### **Perkembangan Pemikiran Hukum Islam**

#### a. *Islamic Traditionalism*

Ada empat varian disini. *Pertama*, *Scholastic Traditionalism*, dengan ciri berpegang teguh pada salah satu madhhab fiqh tradisional sebagai sumber hukum tertinggi, dan hanya membolehkan ijtihad, ketika sudah tidak ada lagi ketentuan hukum pada madhhab yang dianut. *Kedua*, *Scholastic NeoTraditionalism*, bersikap terbuka terhadap lebih dari satu madhhab untuk dijadikan referensi terkait suatu hukum, dan tidak terbatas pada satu madhhab

saja. Ada beberapa jenis sikap terbuka yang diterapkan, mulai dari sikap terhadap seluruh madhhab fiqh dalam Islam, hingga sikap terbuka pada madhhab *Sunni* atau *Syiah*. *Ketiga*, *Neo-Literalisme*, yang berbeda dengan literalisme tradisional (yakni mazhab *Zahiri*). Baik Muslim *Sunni* maupun *Syiah* mempraktikkan *neo-literalisme*. *Literalisme* klasik (seperti bentuk *Ibn Hazm*) berbeda dari *neo-literalisme* dalam literalisme klasik yang lebih terbuka untuk banyak koleksi hadits, tetapi *neo-literalisme* terutama bergantung pada kumpulan hadits dalam aliran pemikiran tertentu. *Neo-literalisme*, di sisi lain, mirip dengan literalisme klasik karena menolak gagasan menggunakan niat atau *maqashid* sebagai sumber hukum yang sah. *Mazhab Wahhabi* adalah contoh *neo-literalisme* saat ini. *Teori Berorientasi Ideologi* adalah jenis teori keempat. Ini adalah aliran tradisionalisme yang paling dekat dengan *postmodernisme* dalam hal mengkritik 'rasionalitas' saat ini dan cita-cita yang berprasangka seperti '*eurocentricity*' dan '*west-centricity*.' Salah satu sikap sekte ini adalah penolakannya terhadap demokrasi dan sistem demokrasi, yang mereka yakini secara *inheren* bertentangan dengan sistem Islam (Idem, 2011:15).

#### b. *Modernisme dalam Islam*.

Para pemimpin mazhab ini memiliki kesamaan sifat yaitu menggabungkan pendidikan Islam dan Barat untuk memberikan tawaran baru bagi reformasi dan reinterpretasi Islam (*re-interpretasi*). Ada lima opsi berbeda di sini. *Reinterpretasi Reformis* adalah langkah pertama. Juga dikenal sebagai '*aliran eksegesis kontekstual*', atau '*interpretasi sistematis*', seperti yang didefinisikan oleh *Fazlur Rahman*. *Muhammad Abduh*, *Rashid Ridha*, dan *al-Tahir Ibn Ashur*,

misalnya, telah menawarkan mazhab tafsir baru yang konsisten dengan *sains* dan rasionalitas saat ini.

*Kedua, reinterpretasi apologetika.* Perbedaan antara *reinterpretasi reformis* dan *apologetik* adalah bahwa reformis mencari perubahan yang berarti dalam penerapan praktis hukum Islam, sedangkan *reinterpretasi apologetik* lebih mementingkan pembenaran status quo tertentu, apakah 'Islam' atau 'non-Islam'. Biasanya berdasarkan kecenderungan politik seseorang. Ali Abdul Raziq dan Mahmood Mohammad Taha, misalnya.

*Ketiga, Reinterpretasi Berorientasi Dialog/Reinterpretasi Berorientasi Sains* adalah opsi ketiga. Ini adalah aliran modernis yang menggunakan metode reinterpretasi baru. Mereka memberikan apa yang mereka sebut "interpretasi ilmiah dari Al-Qur'an dan Sunnah." Dalam pandangan ini, 'rasionalitas' didasarkan pada 'sains', dan teks-teks Al-Qur'an dan hadits diinterpretasikan ulang berdasarkan penemuan-penemuan ilmiah terkini.

Teori Berorientasi Minat adalah jenis teori *keempat*. Dengan membaca *nash* dengan penekanan pada masalah yang ingin dicapai, pendekatan berbasis *masalah* bertujuan untuk menghindari kelemahan sikap *apologetik*. Misalnya, Mohammad Abduh dan al-Tahir ibn Ashur, yang secara khusus tertarik pada *masalah* dan *maqashid* dalam hukum Islam, menginginkan reformasi dan revitalisasi hukum Islam berdasarkan metodologi baru berbasis *maqasid*.

Poin *kelima* adalah usul *revision*. Gerakan ini bertujuan untuk merevisi Usul al-Fiqh, mengabaikan keberatan *neotradisionalis* dan *fundamentalis* lainnya. Bahkan orang-orang Usul Revisionis telah mengklaim bahwa "tidak ada kemajuan berarti dalam hukum Islam

yang dapat dicapai kecuali Usul a-Fiqh dikembangkan dari hukum Islam itu sendiri." Mohammad Abduh (1849-1805), Mohammad Iqbal (1877-1938), Rashid Ridha, al-Tahir ibn Ashur, al-Tabtabai, Ayatullah al-Sadir, Mohammad al-Ghazali, Hasan al-Turabi, Fazlur Rahman, Abdullah Draz, Sayyid Qutb, dan Fathi Osman adalah beberapa nama yang disebutkan. Ali Abdul Raziq, Abdulaziz Sachedina, Rashid Ghannouchi, dan Mohammad Khatami juga ada dalam daftar.

*C. Postmodernisme.*

Dalam cara *Derriida*, metode umum kecenderungan ini adalah '*dekonstruksi*'. Lalu ada *Poststrukturalisme*. Upaya untuk membebaskan masyarakat dari otoritas teks dengan menerapkan teori semiotika (teori yang menyatakan bahwa "Bahasa tidak merujuk langsung pada realitas") terhadap teks Al-Qur'an untuk membedakan antara bentuk implikasi tersirat dan eksplisit (pisahkan implikasi dari yang tersirat). *Kedua*, ada historisisme. Al-Qur'an dan hadits dinilai sebagai "artefak budaya", dan proklamasi hak asasi manusia modern disarankan sebagai sumber etika dan regulasi hukum. Studi Kritis-Hukum adalah kategori *ketiga* (CLS). Upaya untuk membongkar posisi 'kekuasaan' yang mempengaruhi hukum Islam, seperti suku-suku Arab terkemuka dan "elitisme laki-laki". Post-Kolonialisme adalah kategori *keempat*. Mengkritik pendekatan orientalis tradisional terhadap hukum Islam dan mengadvokasi metode baru berdasarkan kesalahpahaman esensialis (prasangka) tentang budaya Islam. *Kelima, Neo-Rationalism*. Menggunakan pendekatan historis terhadap hukum Islam dan mengacu pada *madhhab mu'tazilah* dalam hal *rational reference* untuk mendukung pemahaman mereka. Banyak nama yang disebut. Antara lain Mohammad Arkoun,

Nasr Hamid Abu Zaid, Hasan Hanafi, al-Tahir al-Haddad dan juga Ebrahim Moosa dengan buku-buku atau artikel yang disebut dalam bab Bibliografi. Juga Ayatullah Shamsuddin, Fathi Osman, Abdul Karim Soroush, Mohammad Shahrur dan yang lain-lain.

Jasser Auda kemudian mengajukan pendekatan sistem untuk mengembangkan kerangka baru pengembangan hukum Islam di era global-kontemporer. Berikut ini adalah temuan penelitian terhadap tiga kecenderungan hukum Islam tersebut di atas: "*Current applications (or rather, mis-applications) of Islamic Law are reductionist rather than holistic, literal rather than moral, one-dimensional rather than multidimensional, binary rather than multi-valued, deconstructionist rather than reconstructionist, and causal rather than teleological*" (Auda, 2007).

Penerapan hukum Islam di era modern – atau lebih tepatnya kesalahan penerapan – karena penerapannya lebih bersifat reduktif (kurang lengkap) daripada lengkap, lebih menekankan makna literal di atas moral, dan lebih menitikberatkan pada satu dimensi daripada nilai-nilai multidimensi. Yang dianggap lebih baik adalah warna hitam dan putih daripada warna pelangi, dekonstruktif daripada rekonstruktif, dan kausalitas daripada berorientasi pada tujuan (teleologis).

## **METODE**

Jenis artikel ini adalah kualitatif, yang menganalisis bagaimana Implementasi Asuransi Syari'ah Berbasis Multi Level Marketing (MLM) kemudian dianalisis dalam perspektif *Maqashid Syari'ah* Jasser Auda. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kepustakaan (*library research*), yaitu mengkaji teori *Maqashid*

*Syari'ah* pemikirannya Jasser Auda. Selain itu menelaah buku-buku dan karya-karya yang berhubungan dengan topik pembahasan. Studi kepustakaan yaitu, dan cenderung, berdasarkan analisis induktif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Asuransi Syari'ah Berbasis *Multi Level Marketing***

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, asuransi syariah adalah konsep yang didasarkan pada keadilan bagi kedua belah pihak, khususnya melalui penggunaan ide takaful. Asuransi syariah biasanya menggunakan sistem penjualan tidak langsung (agensi) dalam ide pemasarannya, yang muncul untuk memposisikan asuransi syariah sebagai produk eksklusif yang tersedia secara eksklusif bagi mereka yang berpenghasilan tinggi. Asuransi jiwa, di sisi lain, membutuhkan kemampuan pemasaran yang substansial. Prasyarat untuk keduanya sedikit berbeda; pemasaran asuransi jiwa memerlukan kemampuan penjualan pribadi yang lebih besar serta kapasitas untuk merekrut, melatih, dan mengembangkan agen.

Sementara itu, pemahaman produk yang baik (sebagai penjamin emisi), kemampuan melobi, dan jaringan lebih penting dalam pemasaran asuransi kerugian. Pendekatan yang berbeda digunakan dalam proses penjualan asuransi jiwa. Bumi Putra, bisnis asuransi jiwa terbesar dan tertua di Indonesia, misalnya, memiliki struktur pengembangan agen standar yang banyak ditiru oleh perusahaan asuransi jiwa lainnya. Sistem FDS (*Field Development System*) digunakan oleh sejumlah perusahaan asuransi jiwa di seluruh dunia, termasuk banyak perusahaan asuransi jiwa *joint venture* di Indonesia.

Pendekatan ini telah diuji secara menyeluruh dan sangat ideal untuk mengembangkan agen atau pemasar yang ingin menjadi pemasar profesional. Tidak ada perdebatan dalam konsep ini tentang apakah syariah dapat diterapkan atau tidak. Asuransi Syariah dapat menerapkan pendekatan ini karena murni ilmu penjualan. Sistem ini telah digunakan oleh Grup Takaful sejak 2002. Takaful mengubahnya dengan memasukkan unsur-unsur tentang iman yang benar, ibadah, dan nilai-nilai, serta budaya perusahaan yang Islami.

Sistem FDS (*Field Development System*) ini dapat dibagi menjadi dua tujuan yang saling berkaitan erat. Pertama dan terpenting, rekrut dan pertahankan FC (seperti mengembangkan FC baru menjadi FC yang sudah mapan). Kedua, Mengembangkan FC menjadi lebih baik.

FDS (*Field Development System*) dalam implementasinya terutama untuk memenuhi 6 kebutuhan dasar dalam pengembangan *Financial Consulting* (FC). *Pertama*, Prospek untuk dihubungi (*prospecting methods & market*). *Kedua*, Kebiasaan dalam membuat perencanaan (*planning & work habit*). *Ketiga*, Pengetahuan (*product & technical knowledge*). *Keempat*, Keterampilan menjual (*selling skill*). *Kelima*, Antusias dan keinginan untuk berhasil (*principles of success*). *Keenam*, Kode etik pada kegiatan *Financial Consulting* sehari-hari.

Dalam *FDS Development Methods*, secara garis besar dikenal ada 4 pola pengembangan Agen atau FC. *Pertama*, *Performance Review & Planning* (PRP). *Kedua*, *Individual Instruction and Drill* (IID). *Ketiga*, *Filed Observation & Demonstration* (FOD). *Keempat*, *Group Instruction & Drill* (GID).

Uraian penjualan dalam asuransi di atas berbeda konteksnya jika asuransi ini dipasarkan dengan penjualan langsung berjenjang atau istilah lainnya *Multi Level Marketing* (MLM), dimana perusahaan berusaha menarik konsumen untuk menjadi anggota dengan mewajibkan calon konsumen untuk membeli suatu paket produk perusahaan dengan harga tertentu, sebagaimana dijelaskan diatas.

Bentuk operasi ini dapat dilakukan dengan dua cara: *pertama*, di perusahaan asuransi yang secara proporsional perusahaan asuransi hanya memasok barang asuransi sebagai perusahaan yang sedang tren (*upline*), kemudian konsumen lain bergabung menjadi anggota (*downline*), dan seterusnya.

*Kedua*, konsep ini di implementasikan sebagaimana perusahaan jasa reasuransi, dimana perusahaan reasuransi juga mempunyai tata kerja yang bersifat dan lazim berlaku secara internasional, yang meliputi bentuk-bentuk reasuransi dan metode terjadinya reasuransi.

Secara teori reasuransi pada dasarnya mempunyai dua bentuk pokok, yaitu: *Pertama*, Reasuransi yang berdasarkan atau menurut perbandingan tertentu (*proporsional/proporsional*). *Kedua*, Reasuransi yang tidak berdasarkan atau menurut perbandingan tertentu (*non proporsional/non proporsional*) (CE. Golding, 1985:25).

Sedangkan metode atau tata cara untuk menuju pada salah satu bentuk tersebut dapat terjadi berdasarkan perjanjian yang meliputi beberapa cara dengan berbagai variasi. Metode reasuransi pada garis besarnya adalah sebagai berikut (Hartono, 2008): *Pertama*, Reasuransi fakultatif atau reasuransi yang tidak wajib. *Kedua*,

Reasuransi dengan perjanjian (*treaty/obligatory*).

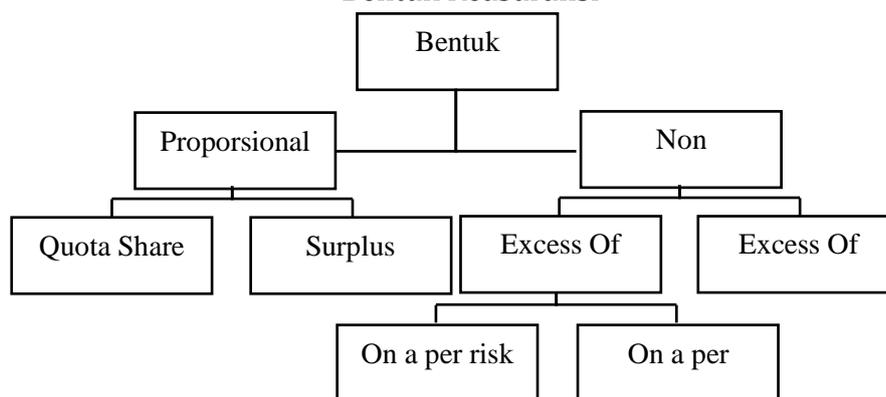
Bertolak dari dua bentuk di atas, apakah reasuransi yang proporsional atau reasuransi yang non proporsional dan dua cara pokok untuk menuju kedua bentuk termaksud di atas maka terdapat empat kemungkinan kombinasi sebagai berikut (Hartono, 2008): *Pertama,*

Reasuransi yang proporsional fakultatif (*proportional fakultative reinsurance*). *Kedua,* Reasuransi yang proporsional berdasarkan perjanjian (*proportional obligatory/treaty reinsurance*).

Untuk mempermudah kajian, bentuk reasuransi sebagaimana skema berikut ini :

Gambar 1.

Bentuk Reasuransi



Sumber: Hartono, 2008

Dapat disimpulkan baik reasuransi proporsional maupun *non-proporsional* dapat ditutup baik secara sukarela maupun sukarela/wajib. Berbagi Kuota, *Surplus*, dan *Open Cover* adalah pilihan proporsional yang paling umum. Kelebihan kerugian atau *stop loss* adalah contoh umum kerugian *non-proporsional*. Pada dasarnya, pendekatan seperti yang disebutkan di atas dapat berkembang dalam berbagai cara, tergantung pada kebutuhan dan pengalaman masing-masing perusahaan sepanjang waktu. Oleh karena itu, penting untuk dipahami bahwa konsumen, dalam hal ini sebagai anggota (*downline*) perusahaan asuransi, wajib menanggung *downline* lain di bawahnya.

Bentuk reasuransi paling awal dan paling mendasar adalah reasuransi *fakultatif*. Karena *ceding company/insurer* mengambil peran dari tertanggung asli

dan metodenya mengambil peran sebagai penanggung awal, setiap kasus diasuransikan kembali secara terpisah, bentuk ini sangat mirip dengan pertanggungangan langsung. Akibatnya, setiap transaksi risiko sepenuhnya terpisah. Reasuransi diberikan informasi tentang setiap risiko, dan ia harus mematuhi kondisi asli polis yang sebenarnya (Hartono, 2008).

Meskipun demikian penanggung ulang tidak terikat sepenuhnya karena ia tetap mempunyai kebebasan, apakah ia akan bersedia atau tidak bersedia untuk memikul risiko yang diberikan oleh *ceding company*. Dalam hubungan reasuransi dengan cara *fakultatif (facultative reinsurance)* reasuradur/ penanggung ulang berhak memperoleh semua keterangan yang dianggap perlu (untuk menentukan sikap terhadap suatu penawaran yang diajukan kepadanya)

dari *ceding company*. Apabila ia menerima penawaran itu, maka reasuradur "harus meng ikuti segala untung rugi" dari *ceding company* yang harus mengikuti pula semua syarat dari polis asli, dari risiko yang diterima (*must follow the fortune of the ceding company and the same condition of the original policy*).

Sampai saat ini bentuk semacam ini masih banyak dipakai terutama di antara perusahaan-perusahaan asuransi yang sudah mempunyai hubungan dengan reasuransi baik, terutama secara historis. Biasanya metode ini dipergunakan untuk keadaan yang tidak terus menerus, jadi hanya secara insidental saja. Secara ideal konsep ini kemudian bisa diterapkan dalam sistem penjualan langsung berjenjang sebagaimana dalam *Multi Level Marketing* (MLM).

#### **Implementasi Asuransi Syari'ah Berbasis *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif *Maqashid Al-Shari'ah* Jasser Auda**

Dalam konteks *Maqashid Al-Shari'ah* kajian di atas memberikan gambaran secara konseptual, bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam pola pertama dan kedua dalam sistem pemasaran asuransi syariah dengan *Multi Level Marketing* (MLM) tergantung dalam kontrak perjanjian yang di atur antara *ceding company* dengan para member di bawahnya.

Dalam prinsip perjanjian, konteks perjanjian asuransi syariah lebih menekankan pada aspek ketauhidan sebagai wujud perlindungan agama (*hifd al-dhin*), upaya ini dilakukan agar dalam perjanjian ini terhindar dari resiko dan menekankan asas *ta'awun* antara satu dengan lainnya. Sebagai gambaran dimensi *Maqashid Al-Shari'ah* Jasser Auda lebih menekankan pada aspek kognitif, Utuh (*Wholeness*) *Openness* (*Self-Renewal*), *Interrelated Hierarchy*, Multi-

*dimensionality*, *Purposefulness*. Unsur-unsur ini bisa dijelaskan sebagaimana berikut :

#### **Aspek Kognisi dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Dalam keteraturan akad perjanjian asuransi syariah berbasis *Multi Level Marketing* (MLM), penekanannya lebih pada aspek keadilan dalam *quota share* dan surplus yang diberikan oleh *ceding company* kepada para member dibawahnya sekaligus sebagai pemasar produk. Prinsip keadilan dalam hal ini secara prioriti lebih pada mana yang lebih *maslahah* dan mana yang lebih banyak *madhorotnya*. Dimensi ini menekankan pada kejelian manusia dalam menentukan sendiri konteks keadilan dalam kontrak, walau pada dasarnya konsep ini telah ada dalam nash. Pencapaian *maqashid*, menurut Auda, merupakan landasan penting dan vital bagi sistem hukum Islam.

Teks dasar (Al-Qur'an dan hadits) harus dikembalikan ketika mempelajari *maqasid*, bukan ide atau pemikiran *faqih*. Akibatnya, pencapaian tujuan (*maqashid*) berfungsi sebagai ujian lakmus untuk validitas setiap *ijtihad*, terlepas dari kecenderungan atau aliran pemikiran tertentu. Tujuan penegakan hukum Islam harus diarahkan untuk kemaslahatan masyarakat di daerah tersebut.

#### **Aspek Utuh (*Wholeness*) dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Dalam era sekarang ini, penelitian di bidang ilmu alam dan sosial telah bergeser secara luas dari '*piecemeal analysis*', *classic equations* dan *logical statements*, menuju pada penjelasan seluruh fenomena dalam istilah-istilah yang bersifat *holistic sistem*. Aspek ini memberikan keteraturan system hukum tidak hanya melihat pada konsep hukum asuransi itu sendiri, namun lebih pada

konteks hakikat hukum yang terkandung dalam asuransi syariah.

Melihat pada konsepnya, asuransi syari'ah dengan system MLM menekankan pada aspek perjanjian (kontrak) yang terjadi antara cending company dengan patner kerja dibawahnya. Detail danketeraturan akad tersebut sepanjang tetap memegang teguh asas takaful dan ta'awun sebagai system utama asuransi syari'ah pada dasarnya diperbolehkan untuk dilakukan. Namun keterikatan antara penanggung dan penanggung ulang pada konteks ini harus dilaksanakan secara terbuka dan tidak ada unsur penipuan didalamnya.

Pada intinya, *Modernitas* tidak hanya memberikan informasi yang tepat dan teknologi yang telah terbukti, tetapi juga alat prosedural ilmiah untuk menghadapi ketidakpastian dan membuat prakiraan numerik. Auda berusaha untuk membawa dan memperluas maqashid al-syari'ah dari individu ke tingkat universal sehingga dapat diterima oleh masyarakat umum; inilah yang dia sebut sebagai maqashid al-syari'ah, yang mencakup konsep-konsep seperti keadilan, kebebasan, dan sebagainya.

#### **Aspek Openness (Self-Renewal) dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Sebagaimana aspek utuh dari penjelasan sebelumnya, kontek ini harus ada system keterbukaan antara pemegang polis utama dan pemegang polis kedua, konteks ini akan menimbulkan ketidakpastian hukum jika nilai-nilai keterbukaan dalam hukum asuransi syari'ah berbasis MLM masih tertutup dalam hal *surplus* dan *quota share* yang diberikan pada pemegang polis. Itu artinya ketergatangan penanggung utama dan seterusnya harus terbuka dalam perjanjian yang diberikan.

Pada tataran ini *cognitive culture* berarti mental kerangka kerja dan

kesadaran terhadap realitas dimana dengannya seseorang berinteraksi dengan dunia luar. Mengubah *cognitive culture* berarti mengubah sudut pandang, kerangka berpikir atau *worldview*. Cara pandang pada konteks ini lebih menekankan pada asas saling terbuka dalam kontrak, tidak ada unsur penipuan dan dhoror didalamnya.

#### **Aspek Interrelated Hierarchy dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Sistem hukum Islam dan struktur masyarakat atau lingkungan di mana hukum itu ada memiliki kesamaan. Pandangan dunia atau ideologi seorang ahli hukum memiliki dampak yang signifikan terhadap sistem hukum Islam (*faqih*). Filosofi seorang *faqih* berkembang sebagai akibat dari persoalan sosial, budaya, dan ekonomi yang ditemuinya dalam kehidupan sehari-hari. Seorang *faqih* menempatkan dirinya (mengalami penataan) dalam struktur lingkungan dimana suatu hukum diundangkan sebagai komponen subjek dari subjek kolektif (masyarakat). Dalam proses strukturasi seperti inilah, sistem hukum Islam memperoleh pengakuan ditengah-tengah masyarakat.

Penerapan fitur *Interrelated-hierarchy* dalam asuransi syari'ah melihat dari aspek dhoruriyat, hajiyat dan tahsiniyat yang berbasis *Multi Level Marketing* (MLM) adalah baik kandungan aspek menjaga harta (*al-Hifd al-Mal*) dengan bangunan jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) yang ada, menjaga jiwa (*al-Hifd al-nafs*) sebagai perwujudan dari nilai-nilai hukum Islam, menjaga akal (*al-Hifd al-Aql*) sebagai perwujudan dari rasa syukur dalam keberlanjutan keilmuan asuransi. Maka aspek ini dinilai sama-sama penting dalam keteraturan hukum Islam. Idealnya *hierarchy* hukum Islam cenderung memberikan klasifikasi hukum

terkait dengan model baru yang ditawarkan.

### **Aspek *Multi-dimensionality* dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Sebuah sistem bukanlah satu kesatuan. Namun, itu terdiri dari beberapa elemen yang saling berhubungan. Ada struktur logis di seluruh sistem. Karena sistem terdiri dari banyak bagian yang rumit, ia memiliki *spektrum multidimensi*. Sebuah sistem dapat dibandingkan dengan masalah asuransi syariah berbasis MLM. Asuransi berbasis MLM adalah sistem dengan banyak elemen berbeda yang semuanya terhubung dan terhubung. Anggota di bawah *firma cending* memiliki keterikatan lengkap dengan anggota di bawahnya, dan anggota di bawahnya memiliki keterikatan lengkap dengan anggota di bawahnya, dan seterusnya.

### ***Purposefulness* dalam Asuransi Syari'ah berbasis MLM**

Setiap sistem memiliki output. *Output* inilah yang disebut dengan tujuan yang dihasilkan dari jaringan sistem itu. Dalam teori sistem, tujuan dibedakan menjadi *goal (al-hadaf)* dan *purpose (al-gayah)*. Dalam persoalan asuransi syariah berbasis MLM, konteks ini berupaya untuk menghadirkan tujuan bahwa saling tolong menolong (*taawun*) dalam konsep asuransi justru lebih sistematis jika dibuat dengan cara kerja MLM sebagai konteks yang saling menanggung antara satu dengan lainnya. Dalam hal ini sebuah sistem akan menghasilkan tujuan (*al-gayah*) jika ia mampu menghasilkan tujuan itu sendiri dengan cara yang berbeda-beda dan dalam yang sama, atau menghasilkan berbagai tujuan dan dalam situasi yang beragam.

Sementara sebuah sistem akan menghasilkan *goal (al-hadaf)* jika ia hanya berada di dalam situasi yang

konstan; dan lebih bersifat mekanistik; ia hanya dapat melahirkan satu tujuan saja. Dalam konteks ini, asuransi syariah berbasis MLM berada dalam pengertian *purpose (al-gayah)* tidak bersifat monolitik dan mekanistik, tetapi bisa beragam sesuai dengan situasi dan kondisi.

### **SIMPULAN**

Bahwa implementasi asuransi syari'ah berbasis *Multi Level Marketing* (MLM) bisa dilaksanakan dengan dua konsep, *pertama*, secara proporsional perusahaan asuransi hanya menyediakan produk asuransi sebagai *ceding company (upline)*, kemudian posisi konsumen lainnya menjadi member (*downline*) dan seterusnya kebawah. *Kedua*, diimplementasikan sebagaimana perusahaan jasa reasuransi, dimana perusahaan reasuransi juga mempunyai tata kerja yang bersifat dan lazim berlaku secara internasional, yang meliputi bentuk-bentuk reasuransi dan metode terjadinya reasuransi.

Implementasi asuransi syariah berbasis *Multi Level Marketing* (MLM) dalam perspektif *Maqasid Al-Syari'ah* Jasser Auda bahwa nilai-nilai yang terkandung dalam pola pertama dan kedua dalam sistem pemasaran asuransi syariah dengan *Multi Level Marketing* (MLM) tergantung dalam kontrak perjanjian yang di atur antara *ceding company* dengan para member dibawahnya dengan menekankan pada aspek kognitif, Utuh (*Wholeness*) *Openness (Self-Renewal)*, *Interrelated Hierarchy*, *Multi-dimensionality*, *Purposefulness*.

Artikel ini merupakan hasil penelitian yang difasilitasi oleh lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat LP2M, serta didanai oleh IAIMNU Metro Lampung. Penulis sampaikan terimakasih

yang sebesar-besarnya kepada LP2M IAIMNU Metro Lampung.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. (2002). *Sahih Bukhari/Al-Jami al-Shahih* Hadis Nomor 2310. Beirut: Dar Ibnu Kasir.
- Al-Fanjari, Muhammad Syauqi. (1994). *Al-Islam wa at-Ta'min*. Riyadh: Fikr.
- Arfan, Abbas. (2008). *Geneologi Pluralitas Mazhab Dalam Hukum Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Irfan, A. (2013). Maqasid al-Syari'ah sebagai Sumber Hukum Islam: Analisis terhadap Pemikiran Jasser Auda. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 7(2), 183-194.
- Auda, Jasser. (2007). *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A System Approach*. London: The International Institute of Islamic Thought.
- Auda, Jasser. (2013). *Maqasid al-Syariah, A Beginner Guide*. Terjemah 'Ali 'Abdelmon'im. Yogyakarta: SUKAPers UIN Sunan Kalijaga
- CE. Golding, (1985). *The Law and Practice of Reinsurance*. London: Buckley Press Limited.
- Effendi, Satria. (2005). *Ushul Fiqh*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendi, A. (2016). Asuransi Syariah Di Indonesia (Studi Tentang Peluang ke Depan Industri Asuransi Syariah). *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 3(2), 71-92.
- Harefa, Andrias. (1999). *Multi Level Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milinium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hartono, Sri Rejeki. (2008). *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta: Sinar Grafik.
- Abdullah, M. A. (2011). Hak Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan: Pendekatan Filsafat Sistem dalam Usul Fikih Sosial. *Jurnal Salam*, 14(1).
- Ivamy, Hardy. (1993). *General Principles of Insurance Law*, ed. 6. London: Butterworths.
- Jauhari, Sofwan. (2013). *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*. Jakarta: Mujaddidi Press.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2014). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Solo: Kementerian Agama Republik Indonesia, Penerbit Abyan.
- Jannah, D. M., & Nugroho, L. (2019). Strategi meningkatkan eksistensi asuransi syariah di Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 8(1), 169-176.
- Muslim, Abul Husain bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi. (1991). *Sahih Muslim/Al-Jami al-Shahih*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Muslim, Imam. (1994). *Shahih Muslim Vol. Juz 5 No.4677..* Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Pasal 1 ayat 1 Undang-undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian
- Thamrin, H. (2021). Relevansi Utility Dan Mashlahah Dalam Mikro Ekonomi Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4(2), 1-9.
- Sula, Muhammad Syakir. (2004). *Asuransi Syariah: Life and General: Konsep dan Sistem Operasional Cet.1*. Jakarta: Gema Insani.
- Sumiyati, S. (2017). Praktik Asuransi Dengan Sistem Multi Level Marketing Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 1(2), 206-215.
- [www.jasserauda.net](http://www.jasserauda.net). diakses pada 31 Januari 2017.