

**TINJAUAN AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI *MULTI-LEVEL MARKETING* PADA *E-
COMMERCE* INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh :

Zaini Nur Aini

NIM. 12403183257

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

JURUSAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SAYYID (UIN) ALI RAHMATULLAH
TULUNGAGUNG**

AGUSTUS 2022

JAS

Jurnal Akuntansi Syariah

Pengaruh *Managerial Entrenchment*, Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Kualitas Laba
■ *Eggita Wahyu Amalia, Justita Dura*

Pengaruh Pembiayaan *Murabahah*, *Mudharabah*, Dan *Musyarakah* Terhadap Profitabilitas
■ *Syaiful Bahri*

Pengaruh Bagi Hasil, Biaya Promosi, Efisiensi Operasional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Jumlah Deposito *Mudharabah*
■ *Nurhidayat Sifki, Ibram Pinondang Dalimunthe*

Determinasi Pematapan Masyarakat Dalam Penataan Dana Desa
■ *Sahala Purba, Ivo Maelina Silitonga, Tasya Dearmaria Simbolon*

Pengaruh Pajak Parkir Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan
■ *Alda Amelia Siregar, Kusmilawaty Kusmilawaty*

Urgensi Penerapan Akuntansi Rumah Tangga Masa Pandemi Covid-19
■ *Agwa Daffa Rozzaki, Yuliati Yuliati*

Implementation Of Accounting Information Systems By Small And Medium Enterprises In Banyumas
■ *Negina Kencono Putri, Siti Maghfiroh*

Determinan Profitabilitas Perusahaan Pertambangan Pada Indeks Saham Syariah Indonesia
■ *M. Maulana, Weri Mahendra, Lili Purnama*

Tinjauan Akuntansi Syariah Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *Multi-Level Marketing* Pada *E-Commerce* Indonesia
■ *Zaini Nur Aini, Lantip Susilowati*

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Keuangan Keluarga
■ *Yayu Kusdiana, Safrizal Safrizal*



STIE Syari'ah Bengkalis

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Jurnal dengan judul "Tinjauan Akuntansi Syariah dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *Multi-Level Marketing* pada *E-Commerce* Indonesia" yang ditulis oleh Zaini Nur Aini, NIM. 12403183257 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 30 Juni 2022

Pembimbing,



Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.
NIP. 19771112 200604 2002

Mengetahui,
Koordinator Prodi Akuntansi Syariah



Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.
NIP. 197701022014032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221
Telepon (0355) 321513, Website : <http://perpustakaan.uinsatu.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laini Nur Aini
NIM : 12403183257
Jurusan : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya Ilmiah : Jurnal

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) kepada UPT Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung atas karya ilmiah saya berupa (Jurnal) yang berjudul:

Penilaian Akuntansi Syariah dalam Penggunaan
Sistem Informasi Akuntansi Multi-level Marketing
pada E-Commerce Indonesia

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini UPT Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung berhak menyimpan, alih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tulungagung,

Yang Menyatakan,



LAINI NUR ANI
NIM. 12403183257

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaini Nur Aini
NIM : 12403183257
Program Studi/Jurusan : S-1/Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa jurnal dengan judul “Tinjauan Akuntansi Syariah dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *Multi-Level Marketing* pada *E-Commerce* Indonesia” ini merupakan hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang ditunjuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bukan hasil penelitian/karya saya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tulungagung, Juli 2022

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Indonesian coat of arms and the text 'SEPLUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METSEBAL TEMPEL'. A serial number '8GEE4A/X828589142' is visible at the bottom of the stamp.

ZAINI NUR AINI
NIM. 12403183257

PENGESAHAN PENGUJI

Jurnal dengan judul "Tinjauan Akuntansi Syariah dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *Multi-Level Marketing* pada *E-Commerce* Indonesia" yang ditulis oleh Zaini Nur Aini dengan NIM. 12403183257 ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada:

Tanggal : 30 Bulan : Juni Tahun : 2022

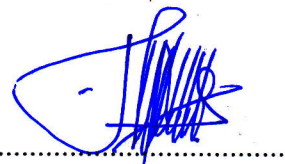
Dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam keilmuan Akuntansi Syariah.

Dewan Penguji

Tanda Tangan

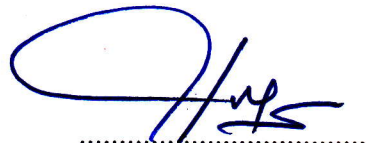
Ketua Penguji :

Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.
NIP. 197711122006042002



Penguji Utama :

Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.
NIP. 197701022014032001



Sekretaris Penguji :

Rendra Erdkhadifa, M.Si.
NIP. 199002102019031014



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.
NIP. 197112182002121003



(LETTER OF ACCEPTANCE/LOA)
SURAT KETERANGAN PENERIMAAN MANUSKRIP
JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)

No: 012/STIE'S/PPPM/LOA/VI/2022

Dewan editor JAS (Jurnal Akuntansi Syariah) telah menerima manuskrip:

Nama/Author(s) : 1. Zaini Nur Aini
2. Lantip Susilowati

Judul : Tinjauan Akuntansi Syariah dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi *Multi-Level Marketing* pada *E-Commerce* Indonesia

Affiliasi/Instansi : 1. Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
2. Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Submit : 30 April 2022

Revisi : 30 Mei 2022

Diterima : 7 Juni 2022

Website : <https://ejournal.stiesyariah Bengkulu.ac.id/index.php/jas>

Menyatakan bahwa manuskrip tersebut **telah diproses** sesuai Prosedur Penulisan JAS (Jurnal Akuntansi Syariah) STIE Syariah Bengkulu **dan akan diterbitkan pada JAS (Jurnal Akuntansi Syariah) Volume 6 Nomor 1 Tahun 2022**. Demikianlah surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bengkalis, 8 Juni 2022
Kepala PPPM
STIE Syariah Bengkulu



Sukma Mehilda, SE.Sy., M.Pd.
NIK. 0917185

ABSTRACT

Islamic accounting is a financial recording procedure that generates information from an accounting information system (AIS) and forms a continuous cycle of repeat business policies. This study aims to describe the views of Islamic accounting related to AIS used for e-commerce-based multi-level marketing (MLM) businesses, as well as confirm the MLM law. The method used in this research is an entirely content analysis method. This research understands the flow of written sources, and then it is linked on an ongoing basis. The results showed that using AIS in the MLM business in e-commerce is permissible. It can be considered valid if the process still follows sharia. Fair according to sura An-Nahl (16) verse 90. It can be accounted for following sura Al-Baqarah (2) verse 282. This research can be a reference and consideration in using AIS in MLM business that stays away from the prohibition of muamalah.

Keywords: *accounting information system, e-commerce, multi-level marketing, Islamic accounting.*

ABSTRAK

Akuntansi syariah merupakan prosedur pencatatan keuangan dalam menghasilkan informasi yang berasal dari sistem informasi akuntansi (SIA) dan membentuk siklus berkelanjutan pada kebijakan bisnis yang berulang. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pandangan akuntansi syariah terkait SIA yang digunakan untuk bisnis multi-level marketing (MLM) berbasis e-commerce, sekaligus penegasan hukum MLM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya adalah metode analisis konten. Penelitian ini melakukan pemahaman terhadap alur dari sumber tertulis, kemudian dikaitkan secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan SIA pada bisnis MLM pada e-commerce adalah boleh. Dapat dianggap sah selama proses yang terjadi masih sesuai syariah. Adil sesuai dengan surah An-Nahl (16) ayat 90. Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan surah Al-Baqarah (2) ayat 282. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan dalam penggunaan SIA dalam bisnis MLM yang menjauhi larangan bermuamalah.

Kata kunci : *sistem informasi akuntansi, e-commerce, multi-level marketing, akuntansi syariah.*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iii
PENDAHULUAN.....	111
TELAAH LITERATUR.....	112
METODE PENELITIAN	114
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	114
KESIMPULAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA	123



TINJAUAN AKUNTANSI SYARIAH DALAM PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI *MULTI-LEVEL* *MARKETING* PADA *E-COMMERCE* INDONESIA

Zaini Nur Aini✉, Lantip Susilowati

Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia
✉zaininuraini1515@gmail.com, lantip_susilowati@yahoo.co.id

<https://doi.org/10.46367/jas.v6i1.619>

Received: Apr 30, 2022 Revised: Mei 30, 2022 Accepted: Jun 07, 2022 Published: Jun 23, 2022

ABSTRACT

Islamic accounting is a financial recording procedure that generates information from an accounting information system (AIS) and forms a continuous cycle of repeat business policies. This study aims to describe the views of Islamic accounting related to AIS used for e-commerce-based multi-level marketing (MLM) businesses, as well as confirm the MLM law. The method used in this research is an entirely content analysis method. This research understands the flow of written sources, and then it is linked on an ongoing basis. The results showed that using AIS in the MLM business in e-commerce is permissible. It can be considered valid if the process still follows sharia. Fair according to sura An-Nahl (16) verse 90. It can be accounted for following sura Al-Baqarah (2) verse 282. This research can be a reference and consideration in using AIS in MLM business that stays away from the prohibition of muamalah.

Keywords: accounting information system, e-commerce, multi-level marketing, Islamic accounting.

ABSTRAK

Akuntansi syariah merupakan prosedur pencatatan keuangan dalam menghasilkan informasi yang berasal dari sistem informasi akuntansi (SIA) dan membentuk siklus berkelanjutan pada kebijakan bisnis yang berulang. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pandangan akuntansi syariah terkait SIA yang digunakan untuk bisnis *multi-level marketing* (MLM) berbasis *e-commerce*, sekaligus penegasan hukum MLM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya adalah metode analisis konten. Penelitian ini melakukan pemahaman terhadap alur dari sumber tertulis, kemudian dikaitkan secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan SIA pada bisnis MLM pada *e-commerce* adalah boleh. Dapat dianggap sah selama proses yang terjadi masih sesuai syariah. Adil sesuai dengan surah An-Nahl (16) ayat 90. Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan surah Al-Baqarah (2) ayat 282. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pertimbangan dalam penggunaan SIA dalam bisnis MLM yang menjauhi larangan bermuamalah.

Kata kunci: sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, *multi-level marketing*, akuntansi syariah.



PENDAHULUAN

Digitalisasi semakin marak di Indonesia, laporan digital 2021 menyebutkan adanya kenaikan penggunaan internet di Indonesia yaitu sebesar 15,5% (27 juta jiwa) dibandingkan tahun 2020. Jumlah penduduk Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, artinya pengguna internet di Indonesia menembus 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia (Riyanto 2021). Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia berbanding lurus dengan pertumbuhan *e-commerce* (Hendarsyah 2019). Beberapa tahun terakhir *e-commerce* mulai menggunakan strategi bisnis berupa MLM. Pada tahun 2019 bisnis ini mencapai enam juta anggota dengan penghasilan total sebesar 18 triliun rupiah. Menurut Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) pemanfaatan digitalisasi MLM mendongkrak perekonomian Indonesia untuk terus mampu bersaing dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja (Lestari 2021). Namun, hal tersebut menjadi kontroversi terkait keabsahan penerapan strategi MLM.

E-commerce sendiri memiliki SIA yang sudah tertaut dan tekomputerisasi secara otomatis, terutama akuntansi yang menjadi aspek vital dalam sebuah bisnis. Hal ini menggambarkan bahwa SIA berperan penting dalam segala aktivitas yang terjadi di *e-commerce*, termasuk kebijakan dalam strategi bisnis. Di lain sisi Indonesia berlomba-lomba untuk menerapkan prinsip syariah dalam bisnis. Hal tersebut sejalan dengan hasil Annual Islamic Finance Conference (AIFC) yang menyatakan bahwa keuangan syariah di Indonesia tumbuh positif di tahun 2021. Indonesia menjadi salah satu negara terbesar dalam *market size* transaksi *fintech* syariah dengan pencapaian sebesar USD 2,9M selama tahun 2020 (Nurrahman 2021). Dengan kata lain, akuntansi syariah ikut andil dan menjadi salah satu aspek dalam pencapaian tersebut.

SIA dapat memberikan pengaruh positif terhadap deteksi kecurangan dalam akuntansi, sehingga dapat mempengaruhi informasi untuk mengambil keputusan di masa mendatang (Alifiananda et al. 2021). Hal ini menjadi pertimbangan bahwa SIA sangat penting untuk dikupas terkait penggunaannya dalam konsepsi bisnis MLM di *e-commerce*. SIA bersifat transparan, terlebih saat ini semua aktivitas menggunakan teknologi yang berarti semua orang dapat mengetahui sebagian besar informasi suatu entitas (Marselina and Kapa 2020). Namun berdasarkan hal tersebut penerapan SIA harus tetap memperhatikan sisi akuntansi syariahnya.

Penelitian mengenai SIA sudah banyak dikaji oleh para peneliti di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh Angraini and Hendarsyah (2019); Harahap (2019); Karmila and Hendarsyah (2019); Alifiananda et al. (2021), namun penelitian tersebut tidak mengkaji MLM, *e-commerce* dan akuntansi syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ilyas (2020) mengkaji akuntansi syariah sebagai sistem informasi, akan tetapi penelitian tersebut tidak mengkaji MLM dan *e-commerce*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pramiswari and Dharmadiaksa (2017); Anugrah and Prianthara (2018); Putri (2020); Taufiq, Nas'ifah, and Supriadi (2021); Safitri (2021) mengkaji tentang SIA dan *e-commerce*, namun penelitian tersebut tidak mengkaji sisi akuntansi syariah dan MLM. Penelitian yang dilakukan oleh Sukmayanti (2020) mengkaji tentang ekonomi Islam dan *e-commerce*, akan tetapi penelitian tersebut tidak mengkaji SIA dan MLM. Berdasarkan dari beberapa penelitian tersebut terlihat perbedaan



kajian dengan penelitian ini. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara menyeluruh pentingnya akuntansi syariah sebagai pertimbangan dalam bisnis MLM di *e-commerce* Indonesia. Sehingga diharapkan para pengguna atau yang berkepentingan dengan bisnis MLM dapat lebih selektif dan menjalankannya sesuai syariah untuk menciptakan kemaslahatan umat.

TELAAH LITERATUR

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan beberapa komponen organisasi yang menghasilkan informasi untuk pengolahan keuangan, sekaligus peningkatan efisiensi dan efektivitas pengambilan keputusan untuk mendapatkan keuntungan maksimal serta mampu melayani pengguna sistem (Pramiswari and Dharmadiaksa 2017). SIA terdiri dari enam komponen yaitu: pengguna sistem; prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengolah data; data mengenai organisasi dan aktivitas bisnisnya; perangkat lunak pengolah data; infrastruktur teknologi informasi; pengendalian internal dan pengukuran keamanan dalam penyimpanan data. Enam komponen tersebut memungkinkan SIA untuk memenuhi tiga fungsi bisnis penting, yaitu mengumpulkan dan menyimpan data mengenai aktivitas, sumber daya dan personel organisasi; mengubah data menjadi informasi untuk kepentingan bagian manajemen; memberikan pengendalian yang memadai untuk mengamankan aset dan data organisasi (Romney and Steinbart 2015). Hubungan SIA dengan *e-commerce* memiliki dampak positif dan memberikan keuntungan lebih pada perusahaan. SIA dirancang untuk memberikan kemudahan bagi pengelola maupun pengguna usaha (Rusi and Febriyanto 2019).

E-Commerce

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 (Anugrah and Prianthara 2018). *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet (Hendarsyah 2019). *E-commerce* dapat merubah semua kegiatan *marketing* dari konvensional menjadi digital, sekaligus dapat memangkas biaya operasional bisnis (Safitri 2021). 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 (Safitri 2021).

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 (Iswandi 2021). Aturan berbisnis atau bermuamalah sudah diatur dalam agamas Islam. Islam sangat memprioritaskan ibadah kepada Allah seperti tercantum dalam Al-Qur'an surah Az-Zariyat (51) ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: "Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku" (Kemenag RI 2013).



Selain ibadah, aturan juga mengedepankan keadilan yang mendatangkan manfaat, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surah An-Nahl (16) ayat 90:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*” (Kemenag RI 2013).

Multi-Level Marketing

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 (Fauziah et al. 2017). Sistem pemasaran yang dijalankan yaitu melalui jaringan distribusi, di mana pelanggan perusahaan juga dijadikan mitra kerja atau distributor untuk memasarkan produk (Nurjanah 2019). MLM mengubah sistem penjualan langsung menjadi skema piramida (Bradley and Oates 2021). Distributor dibayar komisinya atas penjualan yang mereka lakukan sendiri maupun atas perekrutan ataupun penjualan yang dilakukan oleh rekrutan mereka, sehingga menciptakan struktur *multi level* (Reingewertz 2021).

Secara harfiah, MLM 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 (Nurjanah 2019). *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 (Marselina and Kapa 2020). Dalam segala bentuk kegiatannya, MLM harus mampu menyesuaikan dengan prinsip syariah demi tercapainya kesejahteraan selain keuntungan, seperti memberikan manfaat dan tidak merugikan salah satu pihak, sebagaimana tercantum dalam Alqur'an surah Asy-Syu'ara' (26) ayat 183:

﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾

Artinya: “*Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan*” (Kemenag RI 2013).

Berdasarkan pada Tafsir Jalalain karya Imam Jalaludin Al Mahalli dan Imam Jalaludin As Suyuti, menjelaskan bahwa adanya larangan untuk tidak mengurangi sedikitpun hak barang dari mereka, dan melakukan pembunuhan serta kerusakan lain yang dapat memicu kekacauan dalam *hablun minannas*. melakukan aktivitas yang dapat merugikan orang lain. Sebab, hal itu dapat berpotensi memicu kegiatan lain yang buruk dan merusak *hablun minannas* di dunia untuk bersaing tidak sehat.

Akuntansi Syariah

Dalam dunia usaha, akuntansi berperan penting dalam pengelolaan sekaligus penghasil informasi keuangan untuk pengambilan keputusan



perusahaan. Praktik akuntansi syariah hadir sebagai jawaban atas permasalahan transaksi konvensional yang tidak sesuai dengan nilai-nilai syariah (Apriyanti 2017). Teori-teori akuntansi syariah diperlukan untuk menjelaskan berbagai asumsi dasar yang mendasari praktik akuntansi syariah di Indonesia dan menjelaskan praktik akuntansi yang sudah berjalan dan landasan dalam pengembangan akuntansi syariah pada masa akan datang (Apriyanti 2017).

Lahirnya sistem akuntansi syariah seiring dengan berkembangnya kesadaran masyarakat muslim terhadap ketidakadilan skema perbankan konvensional di Indonesia (Ilyas 2020). Konsep dasar akuntansi syariah adalah penekanan terhadap keadilan serta pertanggungjawaban atau *accountability* yang belandaskan pada Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat 282. Dalam ayat ini disebutkan bahwa segala aktivitas muamalah harus adanya pencatatan dan bahkan saksi untuk mampu menciptakan keyakinan yang menepis keraguan dan keadilan. Tujuan akuntansi syariah adalah dapat tercipta peradaban bisnis yang humanis, emansipatoris, transendental, dan teleologikal (Pratama et al. 2017).

Akuntansi syariah merupakan kegiatan akuntansi yang sesuai dengan syariat Islam dengan mengedepankan *hisab* dan pertanggungjawaban terhadap semua pihak, termasuk Allah SWT (Batubara 2019). Dengan demikian, akuntansi syariah adalah pertanggungjawaban terkait keuangan yang ditujukan terhadap Allah SWT sebagai orientasi pertama (Hadi 2018). Berdasarkan surah Al-Baqarah (2) ayat 282 yang menyebutkan bahwa terdapat tiga nilai sebagai prinsip dasar akuntansi syariah, yaitu pertanggungjawaban berupa laporan keuangan (amanah), keadilan yang beretika terhadap orang lain, dan kebenaran dari awal terjadi hingga *output* yang dihasilkan sama (Susilowati 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, di mana data yang terdapat di dalamnya 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 (Sari and Asmendri 2020). Data diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Sumber data utama berasal dari jurnal penelitian dan data pendukung seperti buku yang berkaitan dengan SIA, *e-commerce*, MLM, dan akuntansi syariah. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi, sebab banyak fenomena terkait penggunaan SIA dalam konsepsi bisnis MLM 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 DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, dengan kata lain secara tidak langsung segala hal yang dilakukan diatur sesuai dengan syariat Islam, termasuk dalam bisnis MLM di *e-commerce*. Aktivitas dalam bisnis MLM di *e-commerce* terdapat SIA. SIA yang digunakan juga mengikuti syariat Islam. SIA yang berorientasi pada transparansi membuatnya mampu menjalankan aturan Islam dengan adil dalam menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk



pengambilan keputusan. Perkembangan teknologi menjadi topik yang *urgent* untuk bisa dikupas secara berkelanjutan, mengingat kebutuhan semakin kompleks sedangkan pemenuhannya terbatas. Bermunculan inovasi kolaborasi bisnis dan teknologi untuk menciptakan keseimbangan bidang kehidupan dengan tetap amanah meskipun berhubungan tidak secara langsung, sebagaimana tercantum dalam surah Al-Baqarah (2) ayat 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءَاؤُهُمْ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ﴾

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Kemenag RI 2013).

Dalam dunia bisnis, SIA sebagai salah satu elemen dalam keuangan digunakan untuk pengambilan keputusan. Munculnya *e-commerce* tidak terlepas dari teknologi sebagai pilar utama dalam bertransaksi. Strategi pemasaran bisnis yang cukup diminati di Indonesia yaitu dengan sistem MLM atau pemasaran berjenjang yang mulai merambah melalui teknologi. Adanya kontroversi dari berbagai pihak atas penggunaan sistem MLM, membuat pengguna merasa ragu dan enggan untuk melirik. Namun, di sisi lain akuntansi syariah hadir sebagai salah satu poin dari ekonomi syariah untuk menjadi solusi permasalahan ekonomi konvensional.

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 SIA 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). Bentuk siklus transaksi *online* di *e-commerce* secara garis besar dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1 menunjukkan bahwa adanya siklus terjadinya aktivitas transaksi dari promosi hingga penyelesaian pembayaran dan penerimaan barang. 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 SIA, sehingga nantinya dapat menghasilkan informasi keuangan pada periode tertentu.

Gambar 1. Siklus Transaksi di E-commerce



Sumber: (Tashia 2017)

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 SIA 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 MLM, sehingga orientasi akuntansi lebih kepada hasil penjualan dan perekrutan anggota. Semakin kompleks aktivitas *e-commerce*, maka SIA yang termuat di dalamnya akan semakin kompleks pula dan sesuai dengan SAK.

Cara Kerja Bisnis MLM Pada E-Commerce Di Indonesia

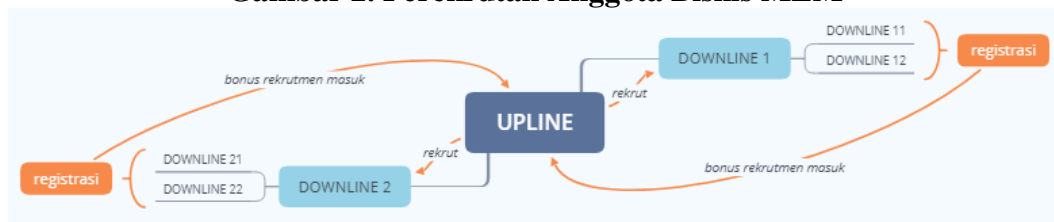
Bisnis MLM masuk ke Indonesia sejak tahun 1980-an ditandai dengan berdirinya PT. Nusantara *Sun Chorella* Tama di Bandung yang sekarang berganti nama menjadi PT. Centra Nusa Insan Cemerlang (CNI) (Nurjanah 2019). Pada awal berdirinya, perusahaan tersebut menggunakan sistem *offline* dengan menawarkan 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 MLM. 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 MLM, namun masih sesuai dengan prinsip syariah. Karena kurang gambaran yang jelas terkait sistematika MLM di *e-commerce*, maka penelitian ini merinci beberapa aktivitas sistem MLM di *e-commerce* seperti terlihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Perekrutan Anggota Bisnis MLM



Sumber: data olahan

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa *upline* maupun *downline* harus melakukan banyak perekrutan untuk dapat menghasilkan bonus rekrutmen sekaligus laba penjualan produk. Dengan adanya registrasi setiap rekrutmen anggota, maka akan memposisikan anggota baru di bawah rekruter yang dapat memberikan laporan akan transaksi yang dilakukan oleh anggota baru secara tersistem dan terkomputerisasi. Sedangkan penjualan MLM di *e-commerce* seperti pada umumnya, hanya saja terdapat transaksi rekrutmen yang akan masuk menjadi bonus bagi rekruter yang aktif.

Pandangan Islam Terhadap Bisnis MLM

Sistem MLM 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 MLM yang diperbolehkan beroperasi. Keuntungan ganda yang dimaksud harus mampu disesuaikan dengan kinerja yang



baik dan benar tanpa merugikan pihak lain, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' (4) ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Kemenag RI 2013).

Beberapa pendapat menyebutkan bahwa bisnis MLM hukumnya haram, karena sama seperti *money game* yang tidak transparan dan bersifat manipulatif. Ada tiga alasan yang menjadi dasar MLM tidak diperbolehkan, yaitu adanya *gharar* (penipuan), menyalahi prinsip akad transaksi, dan motivasi akad transaksi adalah bonus, bukan barang (Sani 2019). Di lain sisi haramnya MLM 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. Dari ‘Abdullah, Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاغُ فِي النَّارِ.

Artinya: “Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka.” (HR. Ibnu Hibban 2: 326). Hadits ini shahih sebagaimana kata Syaikh Al Albani dalam Ash Shahihah nomor 1058. Sesuai dengan hadits tersebut banyak ditemui bisnis yang berkedok produk berkualitas tinggi, namun sebenarnya bukan itu yang diperjualbelikan.

Namun, banyak pihak yang menampik bahwa MLM tidak sepenuhnya bisa dipersamakan dengan *money game* yang jelas diharamkan. Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) MLM 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 tuntutan 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 MLM 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).

Berdasarkan Tabel 1 dan penjabaran sebelum dapat dikatakan bahwa Islam tidak secara sepihak memandang keras pemasaran jenis MLM. Selain karena Islam memberikan toleransi terhadap perkembangan zaman yang semakin kompleks, juga menyelidiki secara mendalam terkait seluk beluk usaha yang dijalankan. Karena memang ada bisnis yang secara terang-terangan menggunakan sistem *money game* dengan berkedok MLM. Namun ada beberapa bisnis yang menerapkan MLM dengan memperhatikan batasan yang diperbolehkan dalam aturan negara maupun Islam, sehingga dapat dikategorikan halal. Jadi MLM yang ada di Indonesia tidak bisa dihukumi haram secara keseluruhan selama tidak

berorientasi pada pendapatan bonus, namun penjualan serta jenjang karir didasarkan pada kerja keras. Hal ini masuk spekulasi yang diharamkan dalam Islam karena dapat merugikan pihak lain, sedangkan Islam merupakan agama yang *rahmatan lil 'alamin* dan memberikan keadilan (Sugiyono 2021).

Tabel 1 Perbedaan Praktik MLM dan Money Game

Kriteria	MLM tanpa Money Game	MLM dengan Money Game
Biaya Pendaftaran	1. Tidak terlalu besar	1. Mahal
Paket Bergabung	2. Tidak wajib	2. Wajib memilih
Produk	3. Ada produk yang dipasarkan secara riil	3. Tidak ada barang spesifik (kedok)
Jenjang Karir Dasar	4. Berpeluang sama	4. Lebih awal lebih untung
Keberhasilan Usaha	5. Penjualan dan perekrutan	5. Jumlah paket yang dipilih dan orang yang direkrut
Harga Produk dan Manfaat	6. Perlu kerja keras	6. Tidak perlu terlalu keras (bagi <i>upline</i>)
	7. Harga setara dengan manfaat yang diberikan	7. Harga <i>mark-up</i> tidak sesuai dengan manfaat

Sumber: data olahan

Peranan SIA E-Commerce Dalam Perencanaan Konsepsi Bisnis MLM

Sebagai sistem yang basisnya menggunakan teknologi internet, SIA 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 MLM merupakan salah satu strategi dalam berwirausaha. SIA berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramiswari and Dharmadiaksa 2017). Di sisi 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 MLM di *e-commerce* tidak terlepas dari SIA. Terlebih lagi, sistem MLM 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. SIA 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 SIA 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 MLM menunjukkan adanya suportifitas dan penghargaan terhadap anggota yang mampu mencapai target. Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' (4) ayat 86:

وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا

Artinya: “Dan apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu” (Kemenag RI 2013).

Sikap ini merupakan salah satu sikap yang dianjurkan dalam Islam untuk meningkatkan *ukhuwah* sebagai tujuan diciptakannya manusia untuk hidup bersaudara, Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat (49) ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَمُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (Kemenag RI 2013).

Hal ini menunjukkan adanya hukum *mubah* pada konsep bisnis MLM yang memanfaatkan SIA di *e-commerce* selama segala aktivitas yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.

Pandangan Akuntansi Syariah Terhadap Bisnis MLM Pada E-Commerce Di Indonesia

Banyak referensi mengenai hukum MLM menganggap *mubah* berdasarkan hukum asalnya karena merupakan jual beli. Namun dapat dianggap sah dan baik apabila barang yang diperjualbelikan halal dan terhindar dari unsur *riba*, *gharar*, *dharar*, *jahalah*, dan *zhulm*. Karena MLM 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 MLM menerapkan prinsip syariah, secara tidak langsung keluar masuknya uang juga dipengaruhi prinsip yang dipakai. Pemerintah Indonesia juga mengeluarkan beberapa aturan terkait pelaksanaan MLM baik langsung maupun di *e-commerce* yang sempat menjadi kontroversi beserta batasan yang diperbolehkan dan tidak baik.

Beberapa aturan yang mengatur bisnis MLM di antaranya 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 MLM di *e-commerce* sebelumnya menurut penelitian Winarti (2020) dan Nurhasanah (2022), akuntansi syariah memandang sah dan *mubah* selama proses transaksi dalam bisnis MLM, 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.

Tinjauan Akuntansi Syariah Terkait Penggunaan SIA E-Commerce Dalam Perancangan Bisnis MLM Pada E-Commerce Di Indonesia

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 di sini 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, seperti tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (2) ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُعْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ عَنِّيْ حَمِيْدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Kemenag RI 2013).

Berdasarkan Tafsir Jalalain, ayat tersebut menunjukkan bahwa harta yang dimiliki seseorang sejatinya terdapat harta milik orang lain yang tidak terlihat secara jelas. Maka dari itu, harus adanya penginfakan harta sebagai pembersih

dari hal yang tidak baik dan anjuran untuk tidak takut miskin karena adanya Allah yang Maha Kaya pemilik jagat semesta.

SIA menghasilkan informasi seputar keuangan akan memudahkan dalam pengelolaan tata keuangan dalam akuntansi. Sedangkan dalam MLM, SIA memberikan informasi yang masih berhubungan dengan keuangan untuk dapat digunakan sebagai landasan pengambilan keputusan seperti apa uang akan digunakan demi terciptanya kesejahteraan anggota, seperti memberikan *reward* bagi karyawan dengan kinerja yang bagus dan berprestasi. Sehingga akuntansi syariah sebagai satu aturan tata kelola pencatatan keuangan dalam SIA mampu memposisikan diri untuk mengatasi masalah tersebut. Akuntansi syariah sendiri lahir dari Islam, di mana Islam mengedepankan keadilan dan pemberian manfaat yang seimbang. Seimbang yang dimaksud adalah sesuai dengan porsi yang masing-masing pihak. Dalam Al-Qur'an banyak ayat yang menegaskan penegakan keadilan, salah satunya surah An-Nahl (16) ayat 90:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*” (Kemenag RI 2013).

Dari beberapa masalah yang ada dalam hal pencatatan keuangan di semua perusahaan, akuntansi syariah ikut andil sebagai solusi. Cara kerja akuntansi syariah yang mengedepankan keseimbangan berbagai bidang terkait, membuatnya menjadi acuan dalam hal tersebut. Akuntansi syariah juga mengatur hal-hal terkait transaksi yang dapat diterapkan dengan seimbang tanpa merugikan salah satu pihak. Hal ini berarti akuntansi syariah tidak membebani para pelakunya dalam melakukan transaksi dan memudahkan untuk menjalankannya sesuai syariat. Begitupun dalam SIA *e-commerce* yang notabene berfungsi sebagai pilihan untuk bisa meng-cover siklus keuangan secara elektronik dengan mengikuti perkembangan teknologi, hal itu sebagai bentuk toleransi akuntansi syariah yang bersumber pada hukum Islam.

Ditinjau dari sisi akuntansi syariah, penggunaan SIA hingga MLM yang kontroversi dapat mengacu pada hukum asalnya. *Output* dari SIA berupa informasi, digunakan oleh pihak manajemen untuk menentukan keputusan langkah apa yang akan diambil di masa mendatang. Perusahaan yang menggunakan strategi terutama sistem MLM di *e-commerce* tidak akan stagnan menerapkan aturan awal, namun akan terus berimprovisasi. Strategi MLM di *e-commerce* Indonesia yang berpegang pada prinsip syariah dalam pembagian keuntungan dan pembagian *reward* membutuhkan informasi dari SIA. Sehingga dalam penyusunan SIA sendiri, akuntansi syariah yang berperan sebagai dasar prosedur penyusunan laporan keuangan sangat berhati-hati dalam *income* dan *outcome* perusahaan. Akuntansi syariah menimbang dengan proporsional terkait perolehan dan penyaluran dana yang ada dalam perusahaan.

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan SIA dalam konsepsi bisnis MLM di *e-commerce* Indonesia adalah *mubah* dan sah apabila ditinjau dari perspektif akuntansi syariah. Penyusunan akuntansi syariah yang mengacu pada aturan Islam membuat apa yang terdapat di dalamnya kembali pada hukum asal. Adanya hasil ini, diharapkan bagi pelaku usaha ataupun pihak lain yang menggunakan strategi bisnis ini dapat memperhatikan dengan cermat, tidak



mudah tergiur dengan iming-iming besar yang mengatasnamakan MLM, dan lebih bijak dalam menjalankannya. Terlebih menerapkan basis syariah untuk menciptakan keuntungan bagi semua pihak bersangkutan mencapai kesejahteraan yang adil.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa hasil dari tinjauan akuntansi syariah terkait penggunaan SIA dalam menentukan konsep sistem MLM di *e-commerce* Indonesia adalah *mubah* dan boleh. Hal ini didasarkan pada beberapa hasil penelitian yang mengulas relasi antar istilah. Meskipun di Indonesia masih banyak MLM yang menerapkannya dengan skema yang dilarang, namun ada banyak juga MLM yang legal dan diizinkan serta dijamin keabsahannya, tidak merugikan anggotanya. Mengacu pada surah Al-Baqarah ayat 282, asalkan dalam aktivitas transaksi terdapat keadilan, pertanggungjawaban, dan kebenaran, maka MLM tersebut dianggap *mubah* dan boleh diikuti. MLM yang tidak sesuai dengan syariah banyak mendatangkan kerugian ke berbagai pihak terutama anggota baru yang bergabung karena uang teralih kepada *upline*.

Penelitian mampu memberikan gambaran terkait penggunaan SIA dalam bisnis MLM pada *e-commerce* Indonesia untuk tidak diragukan lagi apabila ditinjau dari akuntansi syariah, karena dapat memenuhi prinsip syariah sebagai solusi pemerintah dalam toleransi bisnis ini. SIA yang dibangun sesuai dengan standar akuntansi syariah dapat mendatangkan kemaslahatan terkait penggunaan uang. Disadari banyak keterbatasan dari hasil penelitian ini mengingat hampir keseluruhan hanya terbatas pada telaah literatur yang berkaitan dengan SIA dalam MLM di *e-commerce* Indonesia ditinjau dari perspektif akuntansi syariah.

Untuk penelitian ke depannya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian terkait akuntansi syariah khususnya SIA. Di mana pada era saat ini, teknologi semakin pesat perkembangannya, sekaligus untuk menyeimbangi kehidupan di era digital. Diharapkan juga mampu meneliti implementasi SIA yang sesuai dengan akuntansi syariah murni di lembaga keuangan syariah agar dapat memberikan gambaran secara gamblang kepada publik.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>.
- Alifiananda, Nisrina, Noprianto Noprianto, Nurul Safura, Putri Sekar Arum, Putri Vira Salsabila, Raffli Dika Pratama, and Arwan Gunawan. 2021. "Tinjauan Sistem Informasi Akuntansi Dan Deteksi Pencegahan Kecurangan Akuntansi." In *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1167–71. Bandung: Politeknik Bandung. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2901/2249>.
- Angraini, Dewi, and Decky Hendarsyah. 2019. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi (Komputerisasi Kegiatan Pertanahan) Terhadap Pencatatan



- Penerimaan Negara Bukan Pajak Pada Kantor Pertanahan Kabupaten Bengkalis.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 3 (1): 20–36. <https://doi.org/10.46367/jas.v3i1.160>.
- Anugrah, I Made Angga, and Ida Bagus Teddy Prianthara. 2018. “Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis (JIAB)* 3 (2): 197–208. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2139>.
- Apriyanti, Hani Werdi. 2017. “Akuntansi Syariah: Sebuah Tinjauan Antara Teori Dan Praktik.” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 6 (2): 131–40. <https://doi.org/10.30659/jai.6.2.131-140>.
- Batubara, Zakaria. 2019. “Akuntansi Dalam Pandangan Islam.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 3 (1): 66–77. <https://doi.org/10.46367/jas.v3i1.163>.
- Bradley, Christopher G., and Hannah Oates. 2021. “The Multi-Level Marketing Pandemic.” *Tennessee Law Review*, 1–45. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3898823>.
- Hadi, Dudi Abdul. 2018. “Pengembangan Teori Akuntansi Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 9 (1): 106–23. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9007>.
- Harahap, Khoirul Umam. 2019. “Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Mendukung Pengambilan Keputusan.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. <http://repository.uinsu.ac.id/9991/>.
- Hendarsyah, Decky. 2019. “E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>.
- Ilyas, Rahmat. 2020. “Akuntansi Syariah Sebagai Sistem Informasi.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 4 (2): 209–21. <https://doi.org/10.46367/jas.v4i2.254>.
- Iswandi, Andi. 2021. “Review E-Commerce Dalam Perspektif Bisnis Syariah.” *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah* 1 (1): 9–20. <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/167>.
- Karmila, Karmila, and Decky Hendarsyah. 2019. “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Retribusi Boarding Pass Pelabuhan Terhadap Sistem Pengendalian Internal.” *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)* 3 (2): 158–73. <https://doi.org/10.46367/jas.v3i2.180>.
- Kemenag RI. 2013. *Al-Qur’an Al-Karim Dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- 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>.
- Marselina, Apriana, and Sesilianus Kapa. 2020. “Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Web Terhadap Kinerja Para Pelaku Bisnis Multi-Level-Marketing (MLM).” *Analisis* 19 (1): 50–64. <https://doi.org/10.37478/analisis.v19i1.323>.
- Nurhasanah, Siti. 2022. “Bisnis Multi Level Marketing Pada Aplikasi Fingo Perspektif Hukum Islam (Studi Member Fingo Di Desa Buntu Kroya).”

- UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/12453/>.
- 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>.
- Nurrahman, Aldiansyah. 2021. "Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Market Size Terbesar Transaksi Fintech Syariah." Sharianews.Com. 2021.
<https://sharianews.com/posts/indonesia-masuk-5-besar-negara-dengan-market-size-terbesar-transaksi-fintech-syariah>.
- Pramiswari, Dewa Ayu Anggi, and Ida Bagus Dharmadiaksa. 2017. "Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha." *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.
- Reingewertz, Yaniv. 2021. "An Economic Model of Multi-Level Marketing." Edited by Nikos Kavallaris. *PLOS ONE* 16 (7): e0253700.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253700>.
- Riyanto, Galuh Putri. 2021. "Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta." *Kompas.Com*, February 23, 2021.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.
- 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.
- Rusi, Ibnur, and Ferdy Febriyanto. 2019. "Perancangan Sistem Informasi Bisnis Multi Level Marketing Pulsa Elektrik." *Jurnal Teknologi Dan Informasi* 10 (1): 1–14. <https://doi.org/10.34010/jati.v10i1.2169>.
- 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>.
- Sari, Milya, and Asmendri Asmendri. 2020. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA." *NATURAL SCIENCE: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA* 6 (1): 41–53.
<https://www.ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/naturalscience/article/view/1555>.
- Sugiyono, Fauzan. 2021. "Review Buku-Fatwa Ulama Indonesia Dan Timur Tengah Mengenai Multi Level Marketing (MLM)." *Al-Mawarid: Jurnal*



- Syari'ah & Hukum* 2 (2): 1–18.
<https://journal.uii.ac.id/JSYH/article/view/19081>.
- Sukmayanti, Aprilina. 2020. “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Akad Pada E-Commerce Study Kasus Tokopedia.” *Ar-Ribhu: Ekonomi Syariah* 3 (2): 107–19. <https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/Ar-Ribhu/article/view/140>.
- 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>.
- Susilowati, Lantip. 2017. “Tanggung Jawab, Keadilan Dan Kebenaran Akuntansi Syariah.” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3 (2): 295–320. <https://doi.org/10.21274/an.2017.3.2.295-320>.
- 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/>.
- Taufiq, Ahmad, Zanitsa Nas'ifah, and Iman Supriadi. 2021. “Analisa Sistem Informasi Akuntansi Pada Penjualan E-Commerce ‘Jims Honey’ Selama Pandemi COVID-19.” *Ambitek: Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi* 1 (2): 186–203. <https://jurnalambitek.stie-mahaputra-riau.ac.id/ojs/index.php/ambitek/article/view/23>.
- Winarti, Indry Setyo. 2020. “Sistem Multi Level Marketing Pada PT. Tiens Indonesia Perspektif Al-Zari'ah.” IAIN Purwokerto. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7912/>.

