

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia bisnis modern saat ini menunjukkan dinamika yang sangat kompleks. Persaingan yang semakin ketat di era globalisasi menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen, kemajuan teknologi, dan tuntutan pasar yang semakin beragam.<sup>1</sup> Dalam konteks ekonomi syariah, peningkatan daya saing usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun strategi bisnis yang berorientasi pada nilai tambah dan keunggulan kompetitif.<sup>2</sup>

Dalam kondisi tersebut, muncul berbagai model bisnis yang tidak lagi hanya bertumpu pada pola perdagangan konvensional, tetapi juga berkembang ke arah sistem jaringan yang menawarkan peluang usaha berbasis kemitraan. Salah satu model bisnis yang berkembang pesat di tengah masyarakat adalah bisnis *Multi Level Marketing*. Sistem ini menjadi fenomena penting karena menawarkan konsep distribusi berjenjang yang memungkinkan setiap individu berperan tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai distributor yang dapat memperoleh keuntungan dari penjualan produk dan pengembangan jaringan usaha.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Agus Salim Harahap, "Etika Bisnis: Study Literatur," *Jurnal Proceeding International Seminar on Islamic Studies* 3, no. 2 (2022), 298–307.

<sup>2</sup> Irfan Harmoko, "Optimalisasi Industri Halal Di Indonesia Melalui Pendekatan Strategis Distinctive Competence," *Reinforce: Journal of Sharia Management* 1, no. 2 (2022): 105–21, <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/reinforce.v1i2.6439>.

<sup>3</sup> Ahmad Ramdhani, "Analisis Akad Dalam Bisnis Multi Level Marketing," *Jurnal International Conference on Islamic Economic* 3, no. 2 (2024), 294–306, <https://doi.org/https://doi.org/10.58223/icie.v3i2.333>.

Perkembangan dunia usaha menunjukkan adanya beragam model bisnis yang digunakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasanya. Pada umumnya, kegiatan bisnis dilakukan melalui pola distribusi konvensional, seperti produsen yang menjual produk kepada distributor, kemudian diteruskan kepada pengecer hingga sampai ke konsumen akhir.<sup>4</sup> Namun, berbeda dengan pola tersebut, *Multi Level Marketing* (MLM) menghadirkan sistem distribusi langsung melalui jaringan anggota yang berjenjang. Karakteristik inilah yang menjadikan *Multi Level Marketing* berbeda dari model bisnis lainnya karena hubungan bisnis yang terbentuk bukan sekadar transaksi jual beli, tetapi juga hubungan kemitraan berlapis yang saling terhubung dalam satu sistem jaringan.<sup>5</sup>

Keberadaan bisnis *Multi Level Marketing* di Indonesia terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap peluang usaha yang fleksibel dan berpotensi memberikan tambahan penghasilan,<sup>6</sup> di satu sisi, *Multi Level Marketing* dinilai mampu membuka kesempatan ekonomi yang lebih luas dengan modal yang relatif terjangkau. Akan tetapi, di sisi lain, praktik *Multi Level Marketing* juga sering menimbulkan kontroversi, terutama ketika sistem bonus, perekrutan anggota, maupun distribusi keuntungan tidak dijalankan secara transparan. Tidak sedikit masyarakat yang kesulitan membedakan antara *Multi Level Marketing* yang sah dengan skema bisnis yang

---

<sup>4</sup> Aris Ariyanto et al., *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Sumatra Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2021), 1-19.

<sup>5</sup> Amiruddin, "Strategi Pemasaran Multi Level Syariah PT. Ahad Net Indonesia dan Multi Level Konvensional PT. DXN Indonesia Cabang Makassar," *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2021), 85–98.

<sup>6</sup> Hardiyanti Ridwan et al., "Peranan Multi Level Marketing pada Masa Pandemi Covid 19 dalam Menciptakan Pribadi Mandiri Berwirausaha dan Peningkatan Kesejahteraan Para Mitra PT. MSI yang Aktif di Kabupaten Sinjai," *Jurnal Multidisplin Madani* 2, no. 10 (2022), 3660–72, <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1496>.

menyerupai money game atau piramida. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem bisnis *Multi Level Marketing* membutuhkan pedoman yang jelas agar operasionalnya tidak menyimpang dari prinsip keadilan, transparansi, dan syariat Islam.<sup>7</sup>

Perbedaan karakteristik tersebut menjadikan *Multi Level Marketing* sebagai fenomena bisnis yang menarik untuk dikaji. Pada satu sisi, sistem ini dinilai mampu membuka peluang ekonomi yang lebih luas karena memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi langsung dalam aktivitas pemasaran tanpa harus memiliki modal besar, tetapi di sisi lain, praktik *Multi Level Marketing* (MLM) tidak jarang menimbulkan perdebatan, terutama ketika sistem bonus dan mekanisme jaringannya tidak dijelaskan secara transparan atau lebih menekankan perekrutan anggota dibandingkan penjualan produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan *Multi Level Marketing* (MLM) sangat ditentukan oleh sistem yang dijalankan serta integritas para pelaku di dalamnya.

Merespons perkembangan bisnis jaringan tersebut, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjadi landasan normatif dalam mengatur praktik bisnis *Multi Level Marketing* agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa bisnis penjualan langsung berjenjang diperbolehkan selama memenuhi ketentuan syariah, seperti adanya objek transaksi riil berupa barang atau jasa yang halal, tidak mengandung unsur

---

<sup>7</sup> Nurjannah et al., "Telaah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional Dan Multi Level Marketing Syariah," *Muamalat Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022), 177–92.

*gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi), *riba*, *dzulm* (merugikan pihak lain), serta tidak menjadikan perekrutan anggota sebagai fokus utama tanpa didukung penjualan produk yang nyata. Fatwa ini juga menegaskan pentingnya keadilan dalam pemberian bonus, transparansi sistem, serta komitmen moral seluruh pelaku usaha.<sup>8</sup>

Keberadaan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 memberikan kerangka evaluatif yang penting dalam menilai praktik bisnis *Multi Level Marketing* syariah di Indonesia. Fatwa ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman hukum Islam, tetapi juga sebagai instrumen pengawasan moral agar sistem bisnis berjenjang benar-benar berorientasi pada kemaslahatan bersama.<sup>9</sup> Dengan demikian, kajian terhadap implementasi fatwa tersebut menjadi relevan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan *Multi Level Marketing* yang mengklaim berbasis syariah benar-benar menerapkan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh DSN-MUI.

Fenomena berkembangnya bisnis *Multi Level Marketing* berbasis syariah di berbagai daerah, termasuk di wilayah Kediri, menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat terhadap sistem usaha yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun, dalam praktiknya, tidak semua perusahaan *Multi Level Marketing* syariah sepenuhnya menjalankan operasional bisnis

---

<sup>8</sup> Okto Viandra Arnes dan Benny Sultan, “Analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Berkaitan dengan MLM,” *Annual International Conference on Law and Sharia* 7, no. 1 (2023), 70–99.

<sup>9</sup> Qonita Jundana dan Aries Hermawan, “Implementasi Fatwa DSN-MUI tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah No.75/VII/2009 pada PT Herbal Amanah Impian Indonesia,” *Journal of Fiqh in Contemporary Financial transactions* 2, no. 1 (2024), 56–69, <https://doi.org/https://doi.org/10.61111/jfcft.v2i1.659>.

sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009.<sup>10</sup> Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk menganalisis implementasi fatwa tersebut dalam praktik bisnis *Multi Level Marketing* secara nyata di lapangan. Penelitian ini penting dilakukan guna memahami bagaimana sistem bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dijalankan, apakah telah sesuai dengan pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, serta mengidentifikasi potensi penyimpangan yang mungkin terjadi.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih objektif mengenai implementasi Pemasaran pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di wilayah Kediri, diperlukan pemetaan terhadap perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang beroperasi di daerah Kediri. Pemetaan ini berfungsi sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi karakteristik perusahaan, dan status keagenan. Melalui identifikasi ini, peneliti dapat memahami karakteristik perusahaan, dan status keagenan pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Untuk mengetahui hasil dari observasi dapat di paparkan data sebagai berikut.

**Tabel 1. 1**

***Daftar Bisnis Multi Level Marketing yang ada di Kediri***

| No | Nama Multi Level Marketing                                    | Alamat                                                                                     | Status Keagenan                |
|----|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 1. | <i>Regional Distribution Center</i> Milagros Kediri           | Jl. Hayam Wuruk, Ruko Hayam Wuruk Trade Center Blok H5, Balowerti, Kec. Kota, Kota Kediri. | Business Center (Pusat Cabang) |
| 2. | K-Link Kediri                                                 | Jl. Pattimura No.107, Jagalan, Kec. Kota, Kota Kediri.                                     | Stockist (Agen)                |
| 3. | British Propolis                                              | Perum villa Bulurejo Blok i no 07, Blabak, Kec. Pesantren, Kota Kediri.                    | Agen                           |
| 4. | High Desert Indonesia <i>Learing Center</i> Kediri            | Jl. Letjend Suparman No.103, Tinalan, Kec. Pesantren, Kota Kediri.                         | Business Center (Pusat Cabang) |
| 5. | <i>Business Center Halal Network Internasional</i> Ngadiluwih | Dusun Ngreco, Desa Rembang, Kec. Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.                             | Business Center (Pusat Cabang) |

<sup>10</sup> Luqman Nurhisam, "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)," *Journal of Sharia Economic Law* 2, no. 2 (2019), 2502–8316.

| No | Nama Multi Level Marketing | Alamat                                           | Status Keagenan |
|----|----------------------------|--------------------------------------------------|-----------------|
| 6. | Tiens Kediri               | Kaliombo, Kec. Kota, Kota Kediri                 | Agen            |
| 7. | Multibeauty                | Desa Tempurejo Kecamatan Wates Kabupaten Kediri. | Agen            |

Sumber: Observasi melalui google dan wawancara pada 22 desember 2025.

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat tujuh perusahaan *Multi Level Marketing* yang beroperasi di wilayah Kediri dengan status keagenan yang berbeda. *Regional Distribution Center Milagros Kediri*, *Business Center Halal Network Internasional* (HNI) Ngadiluwih, dan *High Desert Indonesia Learning Center Kediri* berstatus sebagai pusat cabang atau *business center* yang memiliki kewenangan dalam distribusi produk, pembinaan mitra, serta pengelolaan aktivitas pemasaran. Sementara itu, K-Link Kediri berstatus sebagai stockist, sedangkan British Propolis, Tiens Kediri, dan Multibeauty beroperasi pada tingkat agen. Perbedaan status keagenan tersebut menunjukkan variasi skala usaha dan peran masing-masing perusahaan dalam sistem pemasaran jaringan.

Dari tujuh *Multi Level Marketing* yang ada di Kediri, peneliti memilih tiga *Multi Level Marketing* yaitu, *Regional Distribution Center Milagros Kediri*, *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih dan *High Desert indonesia Learning Center Kediri*, ketiganya dipilih sebagai objek perbandingan karena memiliki skala usaha yang besar serta sebagai Pusat cabang yang ada di Kediri, dikelola secara profesional, serta aktif dalam penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga perusahaan tersebut memiliki daya saing dan kemampuan adaptasi yang baik pada bisnis *Multi Level Marketing*, sehingga dapat dijadikan representasi dalam memahami Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fatwa Dsn-Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai bisnis *Multi Level Marketing*, dilakukan perbandingan terhadap tiga perusahaan *Multi Level Marketing* yang berstatus sebagai pusat cabang. Perbandingan ini meliputi aspek lokasi, produk, media promosi, bentuk promosi, harga. Penyajian data dalam bentuk tabel bertujuan untuk memudahkan analisis dan penarikan kesimpulan penelitian.

**Tabel 1. 2**  
**Data Perbandingan Bisnis Multi Level Marketing**

| No. | Unsur Pemandang | <i>Business Center Halal Network Internasional</i><br>Ngadiluwih                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Regional<br>Distribution Center<br>Milagros Kediri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | High Desert Indonesia<br>Learning Center<br>Kediri                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Lokasi          | Dusun Ngreco, Rt/Rw. 04/01,<br>Desa Rembang, Kec.<br>Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Jl. Letjend Suparman<br>No.103, Tinalan, Kec.<br>Pesantren, Kota Kediri.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Jl. Hayam Wuruk, Ruko<br>Hayam Wuruk Trade<br>Center Blok H5, Kota<br>Kediri.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2.  | Produk          | <p><i>A. Herbs Products</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Andro</li> <li>2. Cantela</li> <li>3. Bilbery</li> <li>4. Biosir</li> <li>5. Carnocap</li> <li>6. DeepSqua</li> <li>7. Diabextrac</li> <li>8. Gamat Kapsul</li> <li>9. Ginextrac</li> <li>10. Habbassauda HPAI</li> <li>11. Harumi</li> <li>12. Kelosin</li> <li>13. Langsingin</li> <li>14. Laurik</li> <li>15. Magafit</li> <li>16. Habbatussauda</li> <li>17. Softgel</li> <li>18. Minyak Herba Sinergi</li> <li>19. Procumin Propolis</li> <li>20. Rosella HS</li> <li>21. Spirulina</li> <li>22. Truson</li> </ol> <p><i>B. Health Foods &amp; Beverages</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Centela Teh Sinergi</li> <li>2. Dates Syrup</li> <li>3. Deep Olivve</li> <li>4. Etta Goat Milk</li> <li>5. Extrafood</li> <li>6. Coffee</li> <li>7. JannaTea Cold, Hot</li> </ol> | <p><i>A. Produk air minum kesehatan ber-pH tinggi (air alkali)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Air Milagros (Miracle Inside)</li> </ol> <p><i>B. produk pendukung kesehatan.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Richollagen X</li> <li>2. MeRA Skincare Series (Intensive Renew Series)</li> </ol> <p><i>a. Crystal Glow Essence Mist Smoothy.</i></p> <p><i>b. Bright Changer Creamy Foam.</i></p> <p><i>c. Holyglam Serum.</i></p> <p><i>d. Active Radiant Morning Cream.</i></p> <p><i>e. Hydra Youthpotion Dream Cream.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mind Menestys Success Mind</li> </ol> | <p><i>A. Produk Lebah &amp; Herbal</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. HDI Propolis</li> <li>2. HDI Bee Pollen</li> <li>3. Royal Jelly</li> <li>4. Madu HDI (berbagai varian)</li> <li>5. PropoeliX</li> <li>6. Propoelix Plus</li> </ol> <p><i>B. Suplemen Kesehatan</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. HDI HPAI Vitamin Series</li> <li>2. Spirulina HDI</li> <li>3. Omega 3 HDI</li> <li>4. Calcium HDI</li> <li>5. Multivitamin HDI</li> <li>6. HDI Herbal Capsules</li> </ol> <p><i>C. Produk Perawatan Tubuh</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sabun mandi herbal</li> <li>2. Shampoo herbal</li> <li>3. Pasta gigi herbal</li> <li>4. Body care berbasis herbal</li> </ol> <p><i>D. Produk Kesehatan Keluarga</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suplemen anak</li> <li>2. Suplemen lansia</li> <li>3. Produk imunitas harian</li> <li>4. Produk penunjang vitalitas</li> </ol> |

| No. | Unsur Pemandangan               | <i>Business Center Halal Network Internasional</i><br>Ngadiluwih                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Regional<br>Distribution Center<br>Milagros Kediri                                                              | High Desert Indonesia<br>Learning Center<br>Kediri                                                                     |
|-----|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                 | 8. Kopi 7 Elemen<br>9. Multiflora<br>10. Madu<br>11. Minyak Zaitun<br>12. Sari Kurma<br>C. Cosmetics & Home Care<br>1. Beauty Day Cream<br>2. Beauty Night Cream<br>3. Deep Beauty<br>4. Zareen Bright Glow Serum, Foam, Scrub, Mist<br>5. Zareen Protecting Sunscreen<br>6. Green Wash Detergent<br>7. Hibis<br>8. HNI Body Wash Shampoo<br>9. PGH Anak Rasa<br>10. Pasta Gigi Herbal HPAI<br>11. Pasta Gigi Herbal Sensitif<br>12. Sabun |                                                                                                                 | E. Produk Pendukung Gaya Hidup Sehat<br>1. Minuman kesehatan<br>2. Produk nutrisi harian<br>3. Produk herbal preventif |
| 3.  | Media Promosi                   | a. Media sosial<br>b. Website resmi<br>c. Aplikasi HNI Mobile<br>d. Seminar edukasi.<br>e. Majelis ilmu<br>f. Jaringan mitra.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | a. Media sosial<br>b. Website resmi<br>c. Presentasi jaringan<br>d. Event motivasi<br>e. Gathering distributor. | a. Media sosial<br>b. Website resmi<br>c. Pelatihan member<br>d. Seminar<br>e. Pertemuan komunitas.                    |
| 4.  | Bentuk Promosi                  | a. Edukasi produk berbasis nilai Islam<br>b. dakwah ekonomi syariah<br>c. testimoni yang beretika<br>d. penjualan langsung berjenjang syariah.                                                                                                                                                                                                                                                                                             | a. Testimoni kesehatan<br>b. promosi peluang bisnis<br>c. presentasi sistem jaringan.                           | a. Edukasi manfaat produk<br>b. promosi komunitas<br>c. peluang bisnis jaringan.                                       |
| 5.  | Harga                           | Rp13.000 – Rp500.000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Rp35.000 – Rp400.000.                                                                                           | Rp39.000 – Rp4.500.000.                                                                                                |
| 6.  | Dewan Pengawas Syariah Internal | Mempunyai DPS Internal                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Belum mempunyai                                                                                                 | Mempunyai DPS Internal                                                                                                 |
| 7.  | Sertifikat DSN-MUI              | SK No. 011.202.01/DSN-MUI/V/2025. Sertifikat ini berlaku sampai tanggal 27 Mei 2028.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | SKNo.020.208:01/DSN-MUI/X/2025. Sertifikat ini berlaku sampai tanggal 20 Oktober 2028.                          | SK No. 023.189.01/DSN-MUI/XI/2024. Sertifikat ini berlaku sampai tanggal 11 November 2027.                             |

Sumber: Observasi dan Wawancara pada tanggal 25 Desember 2025 & 12 Januari 2026

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa ketiga objek penelitian sama-sama menerapkan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM) dan bergerak di bidang distribusi produk yang berorientasi pada kesehatan serta gaya hidup. Meskipun memiliki kesamaan dari sisi model

bisnis, masing-masing objek menunjukkan karakteristik yang berbeda, khususnya pada variasi produk, strategi pemasaran, serta rentang harga yang ditawarkan kepada konsumen dan mitra usaha.

*Business Center Halal Network Internasional* (HNI) Ngadiluwih memiliki keunggulan yang lebih menonjol dari sisi keragaman dan kualitas produk. Produk *Halal Network International* tidak hanya terbatas pada satu kategori tertentu, melainkan mencakup produk herbal, makanan dan minuman kesehatan, kosmetik, perawatan tubuh, hingga kebutuhan rumah tangga. Kelengkapan jenis produk tersebut memberikan nilai tambah dalam sistem pemasaran *Multi Level Marketing*, karena mitra memiliki lebih banyak alternatif produk untuk ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Selain keunggulan produk, faktor harga juga menjadi pembeda yang signifikan. Berdasarkan perbandingan pada Tabel 1.2, rentang harga produk *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan objek pembanding lainnya. Harga produk yang dimulai dari nominal yang lebih rendah memungkinkan akses pasar yang lebih luas, baik bagi konsumen akhir maupun bagi mitra pemula dalam menjalankan usaha *Multi Level Marketing*. Keterjangkauan harga ini berpotensi meningkatkan daya saing produk serta memperkuat keberlanjutan aktivitas pemasaran dalam jangka panjang.

Keunggulan produk dan harga yang kompetitif tersebut turut memengaruhi efektivitas implementasi pemasaran *Multi Level Marketing* di *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih. Produk yang mudah dijangkau secara ekonomi dan memiliki manfaat yang jelas cenderung lebih

mudah dipasarkan, memiliki tingkat penerimaan yang tinggi di masyarakat, serta mampu membangun kepercayaan konsumen secara berkelanjutan. Kondisi ini menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan sistem pemasaran berjenjang yang dijalankan.

Berdasarkan uraian tersebut, *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih dipilih sebagai objek utama penelitian karena dinilai memiliki keunggulan yang lebih komprehensif, baik dari sisi kualitas dan variasi produk maupun dari aspek harga yang relatif lebih terjangkau. Keunggulan tersebut menjadikan *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih relevan untuk dianalisis secara lebih mendalam dalam konteks Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fatwa Dsn-Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009.

Sebagai perusahaan yang mengusung konsep bisnis halal, *Halal Network Internasional* mengembangkan produk-produknya dengan berlandaskan prinsip Thibbunnabawi, yaitu pendekatan kesehatan yang bersumber dari nilai-nilai Islam. Prinsip tersebut diwujudkan melalui penyediaan produk yang halal, aman, dan bermanfaat, serta didukung oleh sistem distribusi yang tertata dalam jaringan pemasaran *Multi Level Marketing*. Melalui konsep ini, *Halal Network Internasional* berupaya mendorong pertumbuhan ekonomi umat dengan mengedepankan nilai keadilan, kebermanfaatan, dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih, ditemukan adanya fenomena yang menarik untuk dikaji lebih lanjut berkaitan dengan mekanisme pemberian bonus dalam sistem bisnis yang dijalankan. Sistem marketing plan *Halal*

*Network International* memberikan berbagai bentuk bonus kepada mitra sesuai dengan jenjang kepangkatan yang berhasil dicapai. Pada tingkatan kepangkatan tertentu, terdapat bonus yang dapat diterima secara berkelanjutan berdasarkan perkembangan jaringan yang telah dibangun. Kondisi tersebut menimbulkan dugaan awal mengenai sejauh mana mekanisme pemberian bonus tersebut telah memenuhi prinsip keadilan sebagaimana diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009, khususnya ketentuan yang menyatakan bahwa komisi atau bonus tidak boleh diperoleh secara pasif tanpa adanya aktivitas pembinaan maupun penjualan barang atau jasa.

Fenomena tersebut menjadi menarik karena dalam praktik bisnis *Multi Level Marketing* sering kali muncul perbedaan antara ketentuan normatif yang diatur dalam fatwa dengan implementasi yang berlangsung di lapangan. Pada satu sisi, perusahaan menerapkan sistem bonus sebagai bentuk penghargaan atas keberhasilan mitra dalam membangun jaringan pemasaran. Namun pada sisi lain, apabila bonus tetap diterima secara berkelanjutan meskipun tidak lagi disertai aktivitas pembinaan jaringan maupun penjualan produk secara nyata, maka kondisi tersebut berpotensi menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaiannya dengan prinsip keadilan dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memperoleh gambaran objektif mengenai mekanisme pemberian bonus yang diterapkan pada *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih serta menilai kesesuaiannya dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009.

Meskipun Halal Network International mengusung konsep Penjualan

Langsung Berjenjang Syariah, hasil observasi awal menunjukkan adanya fenomena yang memerlukan kajian lebih mendalam, khususnya mengenai implementasi mekanisme pemberian bonus pada jenjang kepangkatan tertentu. Oleh karena itu, Business Center Halal Network International Ngadiluwih dipandang layak dijadikan objek penelitian untuk menganalisis kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009.

Berdasarkan hasil observasi, penelitian ini difokuskan pada Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fatwa Dsn-Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009 yang dijalankan oleh *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih. Adapun judul penelitian ini adalah “ Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau Dari Fatwa Dsn-Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009 (Studi Pada *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih Kabupaten Kediri)”. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas pemasaran serta kontribusinya terhadap keberlangsungan usaha.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana sistem bisnis *Multi Level Marketing* pada Business Center Halal Network International Ngadiluwih?
2. Bagaimana sistem bisnis *Multi Level Marketing* berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 pada Business Center Halal Network International Ngadiluwih?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan sistem bisnis *Multi Level Marketing* pada Business Center Halal Network International Ngadiluwih.
2. Untuk mendeskripsikan sistem bisnis *Multi Level Marketing* berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 pada Business Center Halal Network International Ngadiluwih.

### D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Secara teoritis, Secara teoritis, penelitian yang berjudul “Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Pada Business Center Halal Network International Ngadiluwih Kabupaten Kediri)” diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis Islam, khususnya dalam kajian bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah serta implementasi Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Penelitian ini berupaya memperkaya khazanah teori dengan menghadirkan temuan empiris mengenai bagaimana ketentuan-ketentuan dalam fatwa tersebut diterapkan dalam sistem bisnis berbasis jaringan. Aspek seperti kehalalan produk, kejelasan akad, keadilan sistem bonus, transparansi, serta mekanisme perekrutan anggota menjadi fokus analisis untuk melihat kesesuaiannya dengan praktik bisnis *Multi Level Marketing* di lapangan.

Melalui kajian ini, keterkaitan antara konsep normatif Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dengan realitas praktik bisnis dapat

dipahami secara lebih konkret. Penelitian ini tidak hanya menjadikan fatwa sebagai landasan konseptual, tetapi juga mengujinya dalam konteks operasional bisnis jaringan yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat posisi Fatwa DSN-MUI sebagai pedoman aplikatif dalam bisnis modern berbasis syariah, sekaligus menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya di bidang ekonomi dan bisnis Islam.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha, khususnya *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih Kabupaten Kediri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap implementasi sistem bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang dijalankan berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana mekanisme perekrutan anggota, sistem penjualan produk, serta pembagian bonus dan komisi telah sesuai dengan prinsip-prinsip Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam memperbaiki sistem operasional bisnis agar lebih transparan, adil, dan sesuai syariah sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan usaha.

b. Bagi Akademik

Bagi kalangan akademik, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah dalam pengembangan kajian mengenai bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Penelitian ini memberikan gambaran empiris tentang bagaimana ketentuan fatwa diterapkan dalam praktik bisnis jaringan, sehingga dapat membantu mahasiswa dan peneliti dalam memahami hubungan antara teori hukum ekonomi syariah dengan realitas bisnis di lapangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam, khususnya terkait implementasi Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

c. Bagi Konsumen

Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai sistem bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang dijalankan berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Dengan adanya penelitian ini, konsumen dapat lebih cermat dalam menilai kejelasan produk, transparansi sistem bonus, legalitas bisnis, serta kesesuaian praktik usaha dengan prinsip syariah. Pemahaman tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bisnis *Multi Level Marketing* yang benar-benar menjalankan ketentuan Islam secara konsisten.

d. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi sarana untuk mengimplementasikan serta menguji pemahaman teoritis mengenai bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah dan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 secara langsung di lapangan. Melalui proses penelitian ini, peneliti memperoleh pengalaman empiris dalam menganalisis kesesuaian antara ketentuan normatif fatwa dengan praktik bisnis yang dijalankan oleh *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi pengembangan penelitian lanjutan terkait bisnis jaringan syariah dengan objek maupun pendekatan yang berbeda.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Bonus *Reward* pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau dari Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Team Jaya Bisnis MLM Multibeauty Wates)” ditulis oleh Alfi Nur Fadhillah, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri (2023).<sup>11</sup>

Penelitian ini membahas tentang praktik bonus *reward* pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Multibeauty serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bonus *reward* pada Team Jaya *Multi Level Marketing* Multibeauty Wates telah sesuai dengan mekanisme umum bisnis *Multi Level Marketing*, yaitu anggota memperoleh keuntungan melalui

---

<sup>11</sup> Alfi Nur Fadhillah, “Analisis Bonus *Reward* pada Bisnis *Multi Level Marketing* Ditinjau dari Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Team Jaya Bisnis MLM Multibeauty Wates)” (Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, 2023).

penjualan produk dan pengembangan jaringan. Namun, dalam tinjauan ekonomi Islam masih ditemukan beberapa hal yang belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, terutama terkait sistem pemberian poin kepada upline yang tidak aktif sehingga berpotensi menimbulkan passive income tanpa adanya kerja nyata. Penelitian ini juga menemukan bahwa transparansi informasi dan panduan sistem bisnis masih perlu diperjelas agar seluruh anggota memahami mekanisme bonus dan ketentuan bisnis secara lebih komprehensif.

Persamaan penelitian Alfi Nur Fadhilah dengan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai implementasi bisnis *Multi Level Marketing* yang dianalisis menggunakan perspektif ekonomi Islam dan ketentuan syariah. Kedua penelitian juga sama-sama membahas sistem jaringan pemasaran, bonus atau keuntungan dalam *Multi Level Marketing*, serta kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam Islam. Selain itu, kedua penelitian menggunakan objek penelitian berupa bisnis *Multi Level Marketing* yang berkembang di wilayah Kabupaten Kediri.

Perbedaannya terletak pada fokus kajian dan objek penelitian yang digunakan. Penelitian Alfi Nur Fadhilah lebih memfokuskan pembahasan pada praktik bonus *reward* dalam bisnis *Multi Level Marketing* Multibeauty serta analisisnya berdasarkan ekonomi Islam secara umum. Sedangkan penelitian ini berfokus pada implementasi bisnis *Multi Level Marketing* ditinjau dari Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada *Business Center*

*Halal Network Internasional* Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pada kesesuaian sistem bisnis *Multi Level Marketing* syariah dengan ketentuan fatwa DSN-MUI, mulai dari sistem pemasaran, produk, bonus, hingga mekanisme perekrutan anggota.

2. Skripsi yang berjudul “Analisis Kesesuaian Syariah pada Sistem Operasional Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dengan Fatwa DSN MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus: PT. Veritra Sentosa Internasional)” ditulis oleh Denik Krisdayanti, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2018).<sup>12</sup>

Penelitian ini membahas tentang menganalisis kesesuaian sistem operasional bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Veritra Sentosa Internasional (VSI) dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *Multi Level Marketing* yang diterapkan menggunakan binary plan dengan mekanisme pengembangan jaringan kiri dan kanan serta pemberian bonus berdasarkan penjualan dan perekrutan anggota. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan ketidaksesuaian dengan prinsip syariah, yaitu adanya unsur gharar (ketidakjelasan) dan indikasi riba, terutama pada ketidakseimbangan antara harga lisensi dengan manfaat produk serta kurangnya transparansi biaya pendaftaran.

Persamaan penelitian Denik Krisdayanti dengan penelitian ini

---

<sup>12</sup> Denik Krisdayanti, “Analisis Kesesuaian Syariah pada Sistem Operasional Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dengan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus: PT. Veritra Sentosa Internasional)” (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

terletak pada fokus kajian yang sama, yaitu menganalisis praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Kedua penelitian juga sama-sama menilai aspek kesesuaian syariah dalam sistem operasional *Multi Level Marketing*, seperti kejelasan akad, sistem bonus, serta mekanisme perekrutan anggota. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan pendekatan analisis. Penelitian Denik Krisdayanti berfokus pada PT. Veritra Sentosa Internasional (PayTren) dengan penekanan pada analisis kesesuaian sistem operasional secara menyeluruh, sedangkan penelitian ini berfokus pada *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih Kabupaten Kediri dengan pendekatan yang lebih menitikberatkan pada implementasi praktik bisnis *Multi Level Marketing* di lapangan serta kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI dalam konteks operasional nyata.

3. Skripsi yang berjudul “Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap *Multi Level Marketing* Bisnis Oriflame” ditulis oleh Azifatul Azifah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo (2021).<sup>13</sup>

Penelitian ini membahas tentang mengetahui bagaimana praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pada Oriflame serta kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan

---

<sup>13</sup> Azifatul Azifah, “Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah terhadap *Multi Level Marketing* Bisnis Oriflame” (Universitas Islam Negeri Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, 2021).

pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *Multi Level Marketing* pada bisnis Oriflame belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, khususnya pada sistem hangus poin yang menyebabkan ketidakadilan dalam pembagian bonus. Selain itu, terdapat indikasi unsur *dzulm* (ketidakadilan) karena member yang tidak mencapai target kehilangan hak atas poin yang telah dikumpulkan.

Persamaan penelitian Azifatul Azifah dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai praktik bisnis *Multi Level Marketing* yang dianalisis menggunakan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 sebagai landasan hukum. Kedua penelitian juga sama-sama menyoroti sistem bonus, mekanisme jaringan, serta nilai-nilai etika bisnis Islam seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam aktivitas pemasaran. Perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus permasalahan. Penelitian Azifatul Azifah berfokus pada bisnis Oriflame dengan penekanan pada sistem hangus poin sebagai permasalahan utama, sedangkan penelitian ini berfokus pada *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih yang mengusung konsep bisnis halal dan syariah secara lebih komprehensif, baik dari aspek produk, sistem pemasaran, maupun implementasi nilai-nilai syariah dalam praktik bisnisnya.

4. Skripsi yang berjudul “Etika Bisnis Islam terhadap Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) TIENS di Kota Padangsidempuan” ditulis oleh Pijai Taufikur Rahman, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan

Ahmad Addary Padangsidimpuan, (2023).<sup>14</sup>

Penelitian ini membahas tentang praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) TIENS ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun secara sistem perusahaan telah memperoleh sertifikasi syariah, pelaksanaan etika bisnis Islam di tingkat distributor belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah. Beberapa pelanggaran ditemukan, seperti penyampaian informasi yang tidak transparan dan penetapan harga yang tidak sesuai ketentuan. Penelitian ini menekankan pentingnya pengawasan dan pembinaan etika dalam bisnis jaringan syariah.

Persamaan penelitian Pijai dengan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai bisnis *Multi Level Marketing* syariah yang dikaji berdasarkan ketentuan Islam. Selain itu, kedua penelitian sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif lapangan. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian dan objek yang diteliti. Penelitian Pijai berfokus pada etika bisnis Islam dalam pelaksanaan bisnis Multi Level Marketing TIENS di Kota Padangsidimpuan, sedangkan penelitian ini berfokus pada implementasi bisnis *Multi Level Marketing* ditinjau dari Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 pada *Business Center Halal Network International* Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

5. Skripsi yang berjudul “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Produk

---

<sup>14</sup> Pijai Taufikur Rahman, “Etika Bisnis Islam terhadap Bisnis Multi Level Marketing (MLM) TIENS di Kota Padangsidimpuan” (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023).

Tupperware (Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)” ditulis oleh Arifah Aliah Saleh, mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Parepare (2024).<sup>15</sup>

Penelitian ini membahas tentang Penelitian ini bertujuan untuk memahami sistem pembagian bonus pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) produk Tupperware serta menganalisis kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pembagian bonus pada Agen Tupperware Annisa Setia sebagian besar telah memenuhi ketentuan syariah, terutama pada aspek kejelasan bonus, tidak adanya unsur *ighra'*, dan adanya struktur akad *ju'alah*. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya ketidaksesuaian pada aspek bonus pasif, di mana terdapat anggota yang memperoleh bonus tanpa melakukan pembinaan aktif terhadap jaringan yang dimilikinya. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sistem bonus telah berjalan cukup baik, masih terdapat unsur yang belum sepenuhnya sesuai dengan pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Persamaan penelitian Arifah Aliah Saleh dengan penelitian ini terletak pada fokus pembahasan mengenai bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang dianalisis berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009. Kedua penelitian sama-sama menyoroti implementasi prinsip syariah dalam praktik bisnis berjenjang, khususnya terkait keadilan, transparansi, dan kesesuaian sistem bisnis dengan ketentuan Islam.

---

<sup>15</sup> Arifah Aliah Saleh, “Tinjauan Fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian Bonus Pada Bisnis Multi Level Marketing Produk Tupperware (Studi Kasus Agen Tupperware Annisa Setia Parepare)” (Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024).

Perbedaannya terletak pada objek kajian dan fokus penelitian. Penelitian Arifah Aliah Saleh lebih menitikberatkan pada pembagian bonus produk Tupperware, sedangkan penelitian ini berfokus pada implementasi bisnis *Multi Level Marketing* secara menyeluruh pada *Business Center Halal Network Internasional* Ngadiluwih, meliputi sistem operasional, mekanisme perekrutan, distribusi produk, serta kesesuaian keseluruhan praktik bisnis dengan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009.