

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Multi Level Marketing

1. Pengertian Multi Level Marketing Syariah

Multi Level Marketing Syariah merupakan salah satu bentuk sistem pemasaran langsung berjenjang yang berkembang sebagai inovasi dalam kegiatan distribusi barang dan jasa dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam seluruh aktivitas bisnisnya. Sistem ini tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai keadilan, kejujuran, kemaslahatan, dan keberkahan sebagaimana diajarkan dalam syariat Islam. Oleh karena itu, seluruh aktivitas usaha, mulai dari produk yang dipasarkan, mekanisme perekrutan anggota, sistem pemberian bonus, hingga akad yang digunakan harus memenuhi ketentuan syariah serta terhindar dari praktik yang mengandung unsur *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (perjudian), *tadlis* (penipuan), maupun praktik money game.¹⁶

Menurut Suaidi, *Multi Level Marketing* Syariah pada dasarnya memiliki mekanisme yang hampir sama dengan *Multi Level Marketing* konvensional, yaitu menggunakan sistem pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor. Akan tetapi, perbedaan mendasar terletak pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh aktivitas bisnis. Suatu perusahaan hanya dapat dikategorikan sebagai *Multi Level Marketing* Syariah apabila sistem distribusi pendapatannya dilakukan secara

¹⁶ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah* (Yogyakarta: CV. Halaman Indonesia, 2020), 9.

profesional dan berkeadilan, tidak terdapat eksploitasi terhadap anggota, penghargaan kepada distributor diberikan berdasarkan prestasi nyata, produk yang dipasarkan halal dan berkualitas, serta seluruh aktivitas bisnis dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah. Dengan demikian, keberadaan sistem jaringan dalam *Multi Level Marketing* bukanlah faktor yang menentukan kehalalan suatu usaha, melainkan bagaimana sistem tersebut dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah.

Suaidi juga menegaskan bahwa sistem pemasaran dalam *Multi Level Marketing* Syariah tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi produk kepada konsumen, tetapi juga sebagai media pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui aktivitas perdagangan yang sah menurut syariat Islam. Sistem ini dibangun atas dasar transaksi yang jelas, adanya objek jual beli yang nyata, serta hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan dan para mitra usaha.¹⁷ Oleh karena itu, bonus maupun komisi yang diterima distributor bukan diperoleh karena sekadar berhasil merekrut anggota baru, melainkan merupakan imbalan atas aktivitas pemasaran produk yang benar-benar terjadi. Konsep tersebut membedakan *Multi Level Marketing* Syariah dari praktik bisnis yang hanya mengandalkan perekrutan anggota tanpa didukung oleh transaksi produk secara nyata.

Sementara itu, Gemala Dewi menjelaskan bahwa *Multi Level Marketing* Syariah merupakan bentuk pemasaran langsung yang pelaksanaan kegiatan usahanya harus memenuhi prinsip-prinsip hukum Islam.¹⁸ Sistem distribusi pendapatan harus dilaksanakan secara profesional

¹⁷ Ibid, 9-23.

¹⁸ Gemala Dewi et al., *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2007).

dan proporsional sehingga tidak menimbulkan eksploitasi terhadap anggota. Selain itu, penghargaan kepada distributor harus didasarkan pada prestasi kerja yang nyata, dilakukan secara jujur, tidak mengandung unsur pemaksaan, serta tetap menjunjung tinggi nilai-nilai akhlakul karimah. Produk yang dipasarkan juga harus halal, suci, bermanfaat, dan tidak bertentangan dengan ketentuan syariat Islam. Pendapat ini mempertegas bahwa aspek syariah dalam *Multi Level Marketing* tidak hanya terletak pada label perusahaan, tetapi harus tercermin dalam keseluruhan mekanisme operasional bisnis.

Dalam konteks hukum positif di Indonesia, konsep *Multi Level Marketing* Syariah memperoleh legitimasi melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹⁹ Fatwa tersebut menjelaskan bahwa kegiatan penjualan langsung berjenjang diperbolehkan sepanjang memenuhi prinsip-prinsip syariah, yaitu adanya objek transaksi berupa barang atau jasa yang halal, bonus diberikan berdasarkan prestasi penjualan riil, tidak terdapat unsur gharar, riba, maysir, dzulm, maupun praktik eksploitasi terhadap anggota. Dengan adanya fatwa tersebut, *Multi Level Marketing* Syariah memperoleh landasan normatif sebagai salah satu bentuk aktivitas muamalah yang dibolehkan selama memenuhi ketentuan syariah.

Perspektif fiqh muamalah, hukum asal setiap bentuk transaksi

¹⁹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2009).

ekonomi adalah boleh (*al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah*) sampai terdapat dalil yang melarangnya.²⁰ Kaidah tersebut menunjukkan bahwa sistem pemasaran berjenjang pada dasarnya bukanlah sesuatu yang dilarang dalam Islam. Yang menjadi perhatian syariat bukanlah bentuk sistem pemasarannya, melainkan substansi transaksi yang dilakukan di dalamnya. Apabila suatu perusahaan menjalankan sistem pemasaran berjenjang dengan mengedepankan kejujuran, keadilan, transparansi, serta menghindari praktik yang diharamkan seperti riba, gharar, penipuan, dan money game, maka sistem tersebut dapat dikategorikan sebagai *Multi Level Marketing* Syariah yang diperbolehkan menurut hukum Islam. Sebaliknya, apabila praktik bisnis lebih menitikberatkan pada perekrutan anggota daripada penjualan produk nyata, maka sistem tersebut tidak sesuai dengan prinsip syariah meskipun menggunakan istilah atau label "syariah".

2. Landasan Hukum *Multi Level Marketing* Syariah

Landasan Kegiatan muamalah dalam Islam pada dasarnya memiliki kedudukan yang berbeda dengan ibadah mahdhah. Dalam bidang muamalah berlaku kaidah bahwa seluruh bentuk transaksi dan aktivitas ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil atau landasan hukum lainnya yang mengharamkannya.²¹

Landasan hukum pertama yang menjadi dasar pelaksanaan *Multi Level Marketing* Syariah terdapat dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, yang berbunyi:

²⁰ Fitrah Sugiarto, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Egaliter, 2020), 3.

²¹ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah* (Yogyakarta: CV Halaman Indonesia, 2020), 17.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu." (QS. An-Nisa: 29).²²

Ayat tersebut menjadi dasar bahwa setiap aktivitas perdagangan harus dilaksanakan atas dasar kerelaan kedua belah pihak (*an tarāḍin minkum*), tanpa adanya unsur paksaan, manipulasi, maupun penipuan. Dalam konteks *Multi Level Marketing* Syariah, hubungan antara perusahaan dengan mitra usaha maupun antara distributor dengan konsumen harus dilandasi oleh akad yang jelas, transparan, serta dilakukan secara sukarela. Selain itu, bonus maupun komisi yang diberikan harus diperoleh melalui aktivitas pemasaran yang nyata, bukan melalui cara-cara yang bertentangan dengan prinsip keadilan. Suaidi menjelaskan bahwa transaksi dalam *Multi Level Marketing* Syariah harus dilaksanakan berdasarkan akad yang sah, adanya objek transaksi yang jelas, serta dilandasi prinsip saling ridha antara para pihak yang bertransaksi.²³

Selain Surah An-Nisa ayat 29, dasar hukum lainnya terdapat dalam Potongan Surah Al-Ma'idah ayat 1, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu." (QS. Al-Ma'idah: 1).²⁴

²² Kementerian Agama RI, *Qur'an Asy-Syifaa'* (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2018).

²³ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 33.

²⁴ Kementerian Agama RI, *Qur'an Asy-Syifaa'*.

Ayat tersebut menegaskan pentingnya memenuhi setiap perjanjian atau akad yang telah disepakati. Dalam sistem *Multi Level Marketing* Syariah, akad menjadi bagian yang sangat penting karena menentukan keabsahan hubungan hukum antara perusahaan dengan para mitra usaha. Oleh sebab itu, seluruh hak dan kewajiban masing-masing pihak harus dijelaskan secara transparan sejak awal, termasuk mengenai mekanisme pembelian produk, sistem bonus, pembagian komisi, serta ketentuan lainnya sehingga tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari.

Selain Al-Qur'an, dasar hukum *Multi Level Marketing* Syariah juga berasal dari hadis Nabi Muhammad SAW yang melarang segala bentuk transaksi yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan). Rasulullah SAW bersabda:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: "Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung *gharar*." (HR. Muslim 1513).²⁵

Hadis tersebut menunjukkan bahwa setiap transaksi yang mengandung ketidakjelasan mengenai objek, harga, keuntungan, maupun hak dan kewajiban para pihak termasuk transaksi yang dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, sistem *Multi Level Marketing* Syariah harus mampu menjelaskan secara terbuka seluruh mekanisme bisnis kepada calon anggota, termasuk produk yang dipasarkan, syarat memperoleh bonus, sistem jenjang karier, serta mekanisme pemberian komisi sehingga tidak

²⁵ Kholid Syamhudi, "Jual Beli Gharar," Almanhaj, 2010, <https://almanhaj.or.id/2649-jual-beli-gharar.html>.

menimbulkan ketidakjelasan ataupun spekulasi. Suaidi menjelaskan bahwa praktik *Multi Level Marketing* yang hanya menjual harapan memperoleh bonus tanpa didukung transaksi produk yang nyata berpotensi mengandung unsur gharar sehingga tidak sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam perspektif fiqh muamalah, aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh distributor pada dasarnya dapat dikategorikan sebagai bentuk samsarah (perantara perdagangan) yang diperbolehkan dalam Islam. Samsarah merupakan aktivitas mempertemukan penjual dengan pembeli untuk memperoleh imbalan atas jasa pemasaran yang dilakukan. Menurut Suaidi, pekerjaan sebagai distributor, agen, maupun makelar termasuk akad yang dibolehkan selama memenuhi syarat-syarat syariah, yaitu adanya kesepakatan yang jelas, objek akad yang halal dan diketahui manfaatnya, serta imbalan yang diberikan sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.²⁶ Dengan demikian, profesi distributor dalam *Multi Level Marketing* Syariah memiliki dasar hukum yang kuat sepanjang memenuhi ketentuan akad dalam fiqh muamalah.

Dasar hukum yang secara khusus mengatur penyelenggaraan *Multi Level Marketing* Syariah terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).²⁷

Keberadaan Fatwa DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009 menunjukkan bahwa Islam tidak menolak perkembangan sistem pemasaran modern,

²⁶ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 13-35.

²⁷ Indonesia, *Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*.

termasuk pemasaran berjenjang. Akan tetapi, penerapannya harus senantiasa berpedoman pada nilai-nilai syariah, yaitu kejujuran, keadilan, transparansi, kemanfaatan, dan perlindungan terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan demikian, suatu perusahaan hanya dapat dikategorikan sebagai *Multi Level Marketing* Syariah apabila seluruh aktivitas bisnisnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memenuhi ketentuan hukum Islam sebagaimana yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, hadis, kaidah fiqh muamalah, serta Fatwa DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009.

3. Tujuan *Multi Level Marketing* Syariah

Tujuan *Multi Level Marketing* Syariah tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi sebagaimana kegiatan bisnis pada umumnya, tetapi juga diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) bagi seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas usaha. Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan bisnis merupakan bagian dari ibadah muamalah yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan materi (*profit oriented*), tetapi juga harus memperhatikan aspek moral, keadilan, keseimbangan, serta tanggung jawab sosial.²⁸ Oleh karena itu, tujuan utama penyelenggaraan *Multi Level Marketing* Syariah bukan sekadar meningkatkan volume penjualan produk, melainkan juga membangun sistem perdagangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Menurut Suaidi, *Multi Level Marketing* Syariah merupakan sistem

²⁸ Sugiarto, *Fiqh Muamalah*, 4.

pemasaran yang dirancang untuk menciptakan kegiatan usaha yang halal melalui distribusi produk yang sesuai dengan ketentuan syariah.²⁹ Sistem ini tidak hanya memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memperoleh produk yang halal dan berkualitas, tetapi juga membuka peluang usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara adil. Dalam sistem tersebut, setiap anggota memperoleh kesempatan yang sama untuk mengembangkan usahanya berdasarkan kemampuan, kerja keras, dan prestasi penjualan yang dicapai, bukan semata-mata karena posisi dalam jaringan pemasaran. Dengan demikian, tujuan utama *Multi Level Marketing* Syariah adalah menciptakan sistem bisnis yang memberikan manfaat ekonomi sekaligus tetap menjaga nilai-nilai syariah dalam setiap transaksi.

Salah satu tujuan penting dari *Multi Level Marketing* Syariah adalah mendistribusikan produk yang halal dan *thayyib* kepada masyarakat. Produk yang dipasarkan dalam sistem ini tidak hanya harus memenuhi standar kualitas, tetapi juga harus dipastikan kehalalan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga cara pemasarannya³⁰. Hal tersebut merupakan implementasi dari prinsip Islam yang mewajibkan umat Muslim mengonsumsi barang yang halal dan baik (*halalan thayyiban*). Oleh karena itu, perusahaan yang menerapkan *Multi Level Marketing* Syariah berkewajiban memastikan bahwa seluruh produk yang dipasarkan telah memenuhi ketentuan syariat Islam sehingga memberikan rasa aman bagi konsumen.

Selain sebagai sarana distribusi produk halal, *Multi Level Marketing*

²⁹ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 18-19.

³⁰Ibid, 18.

Syariah juga bertujuan memberdayakan perekonomian masyarakat melalui penyediaan kesempatan berusaha yang lebih luas. Dalam sistem ini, setiap individu memiliki peluang yang sama untuk menjadi mitra usaha tanpa harus memiliki modal yang besar sebagaimana mendirikan usaha secara mandiri. Kesempatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, serta mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan. Suaidi menjelaskan bahwa salah satu nilai penting dalam *Multi Level Marketing* Syariah adalah pemberdayaan masyarakat melalui pembukaan lapangan usaha yang dapat diakses oleh berbagai kalangan, sehingga bisnis ini memiliki potensi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat³¹.

4. Prinsip-prinsip Multi Level Marketing Syariah

Prinsip Pada hakikatnya, *Multi Level Marketing* Syariah merupakan suatu sistem pemasaran yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Berbeda dengan sistem pemasaran konvensional yang lebih menitikberatkan pada pencapaian keuntungan ekonomi, *Multi Level Marketing* Syariah mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam seluruh aktivitas bisnis, mulai dari proses produksi, pemasaran, distribusi, hingga pemberian bonus kepada para mitra usaha. Oleh karena itu, setiap aktivitas yang dilakukan dalam sistem *Multi Level Marketing* Syariah harus mencerminkan nilai-nilai keadilan, kejujuran, tanggung jawab, serta kemaslahatan sebagaimana yang diajarkan dalam syariat Islam.³²

³¹Ibid, 51-53.

³² Amiruddin, *Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Sulawesi selatan: Pusaka Almaila, 2021), 126-133.

Menurut Suaidi, penyelenggaraan *Multi Level Marketing* Syariah harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip muamalah yang sesuai dengan ketentuan syariah. Seluruh aktivitas bisnis harus bebas dari praktik *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (perjudian), *tadlis* (penipuan), risywah (suap), maupun bentuk transaksi lain yang bertentangan dengan hukum Islam. Selain itu, kegiatan pemasaran harus benar-benar didasarkan pada transaksi barang atau jasa yang nyata sehingga bonus yang diterima distributor merupakan hasil dari prestasi penjualan, bukan semata-mata karena aktivitas perekrutan anggota baru.³³ Prinsip dalam *Multi Level Marketing* Syariah yaitu

a. kehalalan (*halal wa tayyib*).

Dalam perspektif Islam, seluruh barang maupun jasa yang menjadi objek transaksi harus dipastikan kehalalannya, baik dari segi bahan baku, proses produksi, distribusi, maupun cara memperolehnya. Selain halal, produk juga harus memenuhi unsur *tayyib*, yaitu memiliki kualitas yang baik, memberikan manfaat bagi konsumen, serta tidak membahayakan kesehatan maupun lingkungan. Prinsip ini menjadi dasar bahwa keuntungan yang diperoleh dari aktivitas bisnis hanya dapat dikategorikan sebagai keuntungan yang halal apabila berasal dari objek transaksi yang halal pula. Oleh karena itu, perusahaan *Multi Level Marketing* Syariah wajib memastikan bahwa seluruh produk yang dipasarkan telah memenuhi standar halal sesuai dengan ketentuan syariat Islam.³⁴

³³ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 18-22.

³⁴ Sugiarto, *Fiqh Muamalah*, 7-8.

b. kejujuran (*ṣidq*).

Kejujuran merupakan salah satu nilai fundamental dalam etika bisnis Islam yang harus diterapkan oleh seluruh pelaku usaha. Dalam praktik *Multi Level Marketing* Syariah, perusahaan maupun distributor berkewajiban memberikan informasi yang benar mengenai produk, manfaat, harga, sistem bonus, serta mekanisme pengembangan jaringan kepada calon konsumen maupun calon anggota. Segala bentuk manipulasi informasi, janji keuntungan yang berlebihan, maupun menyembunyikan risiko usaha merupakan tindakan yang bertentangan dengan prinsip kejujuran. Rasulullah SAW menegaskan bahwa pelaku usaha yang jujur akan memperoleh kedudukan yang mulia di sisi Allah SWT, sehingga nilai kejujuran menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem *Multi Level Marketing* Syariah.³⁵

c. Amanah

Menjalankan seluruh hak dan kewajiban sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Amanah tercermin dalam komitmen perusahaan untuk memenuhi hak-hak distributor sesuai dengan sistem bonus yang telah dijanjikan, menyediakan produk yang berkualitas, serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Sebaliknya, distributor juga berkewajiban memasarkan produk secara benar,

³⁵ Amiruddin, *Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, 109.

menjaga nama baik perusahaan, serta tidak melakukan tindakan yang merugikan konsumen maupun anggota jaringan lainnya. Dengan demikian, hubungan antara perusahaan dan mitra usaha dibangun atas dasar saling percaya dan saling bertanggung jawab³⁶.

d. keadilan (*al-'adl*).

Dalam ekonomi Islam, setiap individu berhak memperoleh imbalan sesuai dengan usaha dan kontribusi yang diberikan. Oleh sebab itu, sistem bonus dalam *Multi Level Marketing* Syariah harus disusun secara proporsional berdasarkan prestasi penjualan yang nyata, bukan karena faktor senioritas ataupun eksploitasi terhadap anggota yang berada pada tingkat bawah. Keadilan juga diwujudkan melalui pembagian hak dan kewajiban yang seimbang antara perusahaan dan para mitra usaha sehingga tidak terdapat pihak yang dirugikan dalam pelaksanaan kegiatan bisnis. Menurut Mardani, prinsip keadilan merupakan salah satu asas utama dalam hukum ekonomi syariah yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.

e. transparansi (*syafāfiyyah*)

Transparansi juga menjadi karakter penting dalam *Multi Level Marketing* Syariah. Transparansi mengandung pengertian bahwa seluruh mekanisme bisnis harus disampaikan secara terbuka kepada seluruh pihak yang terlibat. Informasi mengenai harga produk, syarat keanggotaan, mekanisme bonus, jenjang karier, hingga hak dan

³⁶ Sugiarto, *Fiqh Muamalah*, 17.

kewajiban distributor harus dijelaskan secara rinci sehingga tidak menimbulkan ketidakjelasan (*gharar*). Dengan adanya transparansi, calon anggota dapat mengambil keputusan secara sadar tanpa adanya tekanan ataupun informasi yang menyesatkan. Prinsip ini juga menjadi salah satu indikator penting dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.³⁷

f. *ta'awun* (tolong-menolong).

Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan bisnis tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan pribadi, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi orang lain. Oleh karena itu, hubungan antara perusahaan dengan para distributor maupun antaranggota jaringan harus dibangun berdasarkan semangat kerja sama, saling membantu, dan saling mendukung dalam mengembangkan usaha. Konsep *upline* dan *downline* dalam *Multi Level Marketing* Syariah tidak dipandang sebagai hubungan yang bersifat eksploitatif, melainkan sebagai hubungan kemitraan yang saling membimbing, memberikan pelatihan, serta mendukung peningkatan kapasitas bisnis anggota jaringan.

g. menghindari unsur riba, *gharar*, *maysir*, dan *dzulm*.

Prinsip ini menjadi salah satu pembeda paling mendasar antara *Multi Level Marketing* Syariah dengan sistem pemasaran berjenjang konvensional. Riba merupakan tambahan yang diperoleh secara tidak sah dalam transaksi, sedangkan *gharar* adalah ketidakjelasan mengenai objek maupun mekanisme transaksi. Adapun *maysir* merupakan

³⁷ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 42.

praktik spekulasi atau perjudian yang menyebabkan salah satu pihak memperoleh keuntungan tanpa usaha yang seimbang, sedangkan dzulm merupakan tindakan yang merugikan atau mengeksploitasi pihak lain.³⁸ Oleh karena itu, perusahaan *Multi Level Marketing* Syariah harus memastikan bahwa seluruh mekanisme bisnis bebas dari unsur-unsur tersebut agar transaksi yang dilakukan tetap berada dalam koridor syariah. Hal ini juga ditegaskan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 75 Tahun 2009 yang melarang praktik *money game*, bonus yang tidak didasarkan pada penjualan riil, serta berbagai bentuk transaksi yang mengandung ketidakadilan.³⁹

h. kemaslahatan (*maslahah*).

Seluruh aktivitas bisnis dalam *Multi Level Marketing* Syariah harus memberikan manfaat tidak hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi distributor, konsumen, serta masyarakat secara luas. Keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi, membuka kesempatan kerja, memperluas distribusi produk halal, serta memperkuat perekonomian umat. Dengan demikian, orientasi utama *Multi Level Marketing* Syariah tidak hanya terfokus pada pencapaian keuntungan finansial (*profit oriented*), tetapi juga pada penciptaan nilai-nilai keberkahan (*barakah*) dan kesejahteraan bersama (*falah*).⁴⁰

³⁸ Ibid, 81-93.

³⁹ Indonesia, *Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*.

⁴⁰ Sugiarto, *Fiqh Muamalah*, 9.

5. Akad dalam *Multi Level Marketing* Syariah

Akad Akad merupakan unsur yang sangat penting dalam setiap kegiatan muamalah, termasuk dalam penyelenggaraan *Multi Level Marketing* Syariah. Keabsahan suatu transaksi dalam Islam tidak hanya ditentukan oleh objek yang diperjualbelikan, tetapi juga bergantung pada kejelasan akad yang menjadi dasar hubungan hukum antara para pihak. Oleh karena itu, seluruh aktivitas bisnis dalam *Multi Level Marketing* Syariah harus didasarkan pada akad yang sah menurut syariat Islam sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terlindungi secara adil. Kejelasan akad juga menjadi salah satu pembeda utama antara MLM Syariah dengan sistem pemasaran berjenjang yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam penyelenggaraan *Multi Level Marketing* Syariah, akad tidak hanya berfungsi sebagai dasar hubungan antara perusahaan dengan distributor, tetapi juga menjadi pedoman dalam mekanisme pemasaran produk, pemberian bonus, pembagian komisi, serta berbagai bentuk penghargaan lainnya. Menurut Suaidi, sistem *Multi Level Marketing* Syariah harus dibangun atas dasar akad yang jelas, transparan, dan disepakati oleh seluruh pihak sehingga tidak menimbulkan unsur gharar maupun perselisihan di kemudian hari⁴¹. Kejelasan akad menjadi syarat utama agar aktivitas pemasaran tetap berada dalam koridor syariah dan tidak berubah menjadi praktik bisnis yang mengandung eksploitasi ataupun ketidakadilan.

⁴¹ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 33-36.

a. Rukun dan Syarat Akad

Dalam fiqh muamalah, suatu akad dinyatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat tertentu. Menurut mayoritas ulama, rukun akad meliputi:

- 1) *Al-'Aqidain* (para pihak yang berakad), yaitu pihak-pihak yang memiliki kecakapan hukum untuk melakukan transaksi.
- 2) *Shighat al-'Aqd* (ijab dan kabul), yaitu pernyataan kesepakatan antara para pihak.
- 3) *Ma'qud 'Alaih* (objek akad), yaitu barang, jasa, atau manfaat yang menjadi objek transaksi.
- 4) *Maudhu' al-'Aqd* (tujuan akad), yaitu tujuan yang dibenarkan menurut syariat Islam.⁴²

Selain memenuhi rukun tersebut, akad juga harus memenuhi syarat-syarat tertentu, antara lain dilakukan atas dasar kerelaan para pihak, objek akad halal dan dapat diserahkan, tidak mengandung unsur penipuan, tidak bertentangan dengan syariat Islam, serta tidak mengandung unsur gharar maupun maysir. Pemenuhan rukun dan syarat tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum serta menjamin terlaksananya transaksi yang adil bagi seluruh pihak.

b. Jenis-Jenis Akad dalam *Multi Level Marketing* Syariah

Pada praktiknya, sistem *Multi Level Marketing* Syariah dapat melibatkan beberapa bentuk akad sesuai dengan karakteristik hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan dan mitra usaha. Akad-akad

⁴² Sugiarto, *Fiqh Muamalah*.

tersebut dapat berupa akad jual beli (*al-bai'*), akad wakalah, akad ijarah, maupun akad ju'alah. Penggunaan akad tertentu bergantung pada mekanisme operasional perusahaan dan bentuk imbalan yang diberikan kepada distributor.⁴³

1) Akad Jual Beli (*Murabahah/Bai'*)

Akad jual beli merupakan akad yang paling mendasar dalam kegiatan *Multi Level Marketing* Syariah karena seluruh aktivitas bisnis berawal dari transaksi penjualan produk kepada konsumen. Dalam akad ini, perusahaan berkedudukan sebagai penjual, sedangkan distributor maupun konsumen bertindak sebagai pembeli.⁴⁴ Agar transaksi tersebut sah menurut syariat Islam, produk yang diperjualbelikan harus halal, memiliki manfaat, diketahui kualitas serta jumlahnya, dan harga yang disepakati harus jelas.

2) Akad Wakalah

Akad wakalah merupakan akad pelimpahan kuasa dari satu pihak kepada pihak lain untuk melakukan suatu pekerjaan yang dapat diwakilkan. Dalam praktik *Multi Level Marketing* Syariah, distributor pada dasarnya memperoleh kuasa dari perusahaan untuk memasarkan produk kepada masyarakat⁴⁵. Atas aktivitas tersebut, distributor dapat memperoleh imbalan sesuai dengan ketentuan

⁴³ Suaidi, *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*, 2020, 33.

⁴⁴ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI Nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2000).

⁴⁵ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujrah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2006).

perusahaan. Akad wakalah menunjukkan adanya hubungan kemitraan antara perusahaan dan distributor dalam memperluas jaringan pemasaran.

3) Akad Ijarah

Akad ijarah merupakan akad pemindahan manfaat suatu jasa dengan pemberian imbalan (*ujrah*). Dalam sistem *Multi Level Marketing* Syariah, akad ini dapat diterapkan ketika perusahaan memberikan kompensasi atas jasa pemasaran, pelatihan, pembinaan jaringan, atau aktivitas lain yang memberikan manfaat bagi perusahaan.⁴⁶ Imbalan tersebut diberikan berdasarkan jasa yang benar-benar telah dilakukan sehingga sesuai dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam.

4) Akad Ju'alah

Secara bahasa, ju'alah berarti upah, hadiah, atau imbalan bonus yang diberikan kepada seseorang atas keberhasilannya menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu. Adapun menurut istilah fiqh, ju'alah adalah akad berupa janji pemberian imbalan kepada seseorang yang berhasil mencapai hasil atau prestasi tertentu sesuai dengan syarat yang telah ditentukan sebelumnya.

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah menjelaskan bahwa ju'alah adalah janji atau komitmen untuk memberikan imbalan tertentu kepada pihak yang berhasil mencapai hasil yang

⁴⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2000).

telah ditentukan.⁴⁷ Fatwa tersebut menjadi dasar hukum penggunaan akad ju'alah dalam berbagai aktivitas ekonomi syariah, termasuk sistem pemberian bonus dan penghargaan dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Dalam praktik *Multi Level Marketing* Syariah, akad ju'alah tercermin pada mekanisme pemberian bonus kepada distributor yang berhasil memenuhi target penjualan produk ataupun mencapai prestasi tertentu sesuai dengan ketentuan perusahaan. Bonus tersebut bukan diberikan karena keberadaan anggota dalam jaringan, melainkan karena keberhasilan melaksanakan pekerjaan berupa penjualan produk, pembinaan jaringan, atau pencapaian target tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, bonus yang diterima merupakan bentuk imbalan atas prestasi kerja, bukan keuntungan yang diperoleh tanpa adanya usaha yang nyata.

6. Perbedaan *Multi Level Marketing* Syariah dan *Multi Level Marketing* Konvensional

Tabel 2. 1

Perbedaan Multi Level Marketing Syariah dan Multi Level Marketing Konvensional

Aspek Perbedaan	Multi Level Marketing Syariah	Multi Level Marketing Konvensional
Landasan Hukum	Berpedoman pada Al-Qur'an, Hadis, kaidah fiqh muamalah, dan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009.	Berpedoman pada hukum positif dan kebijakan internal perusahaan.
Prinsip Dasar	Seluruh aktivitas sesuai prinsip syariah.	Berorientasi pada aspek bisnis dan keuntungan.

⁴⁷ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2007).

Aspek Perbedaan	Multi Level Marketing Syariah	Multi Level Marketing Konvensional
Kehalalan Produk	Seluruh produk wajib halal, thayyib, dan idealnya telah memiliki sertifikasi halal sesuai ketentuan yang berlaku.	Tidak mensyaratkan kehalalan produk; cukup memenuhi ketentuan hukum positif.
Objek Transaksi	Produk harus bermanfaat dan tidak bertentangan dengan syariat.	Tidak ada ketentuan syariah khusus mengenai objek transaksi.
Akad	Menggunakan akad syariah seperti al-bai', wakalah, ijarah, atau ju'alah.	Menggunakan perjanjian keperdataan umum.
Bonus dan Komisi	Berdasarkan penjualan nyata, pembinaan, dan prestasi kerja.	Pada beberapa praktik dapat menitikberatkan perekrutan anggota.
Larangan Unsur Syariah	Bebas riba, gharar, maysir, risywah, tadlis, dan dzulm.	Tidak secara khusus mengatur unsur-unsur tersebut.
Pengawasan	Diawasi Dewan Pengawas Syariah (DPS).	Tidak wajib memiliki DPS.
Orientasi Usaha	Profit, masalah, barakah, dan pemberdayaan.	Berorientasi pada keuntungan dan pengembangan jaringan.

Sumber: E book Amiruddin Multi Level Marketing dalam Perspektif Ekonomi Syariah

B. Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan

Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)

1. Pengertian Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) merupakan lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa terkait aktivitas ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia. Salah satu fatwa penting yang berkaitan dengan praktik bisnis modern adalah Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini diterbitkan sebagai respons atas berkembangnya praktik penjualan langsung berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM) di masyarakat yang membutuhkan kepastian hukum syariah agar pelaksanaannya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 memberikan

pedoman bahwa sistem penjualan langsung berjenjang pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi ketentuan syariah dan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha secara berturut-turut, di mana anggota memperoleh keuntungan berdasarkan hasil penjualan nyata atas produk atau jasa yang dipasarkan. Dengan demikian, orientasi utama dalam sistem ini adalah distribusi produk atau jasa yang halal, bukan sekadar perekrutan anggota baru.

Fatwa ini menjadi penting karena dalam praktiknya banyak model bisnis *Multi Level Marketing* yang berkembang tidak selalu sejalan dengan prinsip syariah. Beberapa di antaranya cenderung mengarah pada money game, skema piramida, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi), maupun *riba*. Oleh sebab itu, DSN-MUI menegaskan bahwa *Multi Level Marketing* yang dibenarkan adalah *Multi Level Marketing* yang menempatkan transaksi riil, kejelasan akad, keadilan bonus, serta pembinaan anggota sebagai fondasi utama. Dengan adanya fatwa ini, masyarakat Muslim memperoleh pedoman normatif untuk menilai apakah suatu bisnis *Multi Level Marketing* benar-benar sesuai syariah atau justru menyimpang.

2. Dasar Hukum Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009

Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 disusun berdasarkan landasan hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, kaidah fikih, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam Al-Qur'an, salah

satu dasar utama adalah QS. An-Nisa ayat 29 yang menegaskan larangan memakan harta orang lain dengan cara batil kecuali melalui perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Selain itu, QS. Al-Baqarah ayat 275 menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Kedua ayat ini menunjukkan bahwa aktivitas bisnis diperbolehkan selama dilakukan secara adil, transparan, dan tidak merugikan pihak lain.

Hadis Nabi juga menjadi dasar penting, di antaranya hadis yang melarang praktik gharar serta hadis “Barang siapa menipu maka ia bukan golongan kami.” Hadis ini menunjukkan bahwa praktik bisnis harus dijalankan secara jujur, terbuka, dan bebas dari penipuan. Selain itu, kaidah fikih menyatakan bahwa pada dasarnya seluruh bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Berdasarkan prinsip tersebut, sistem *Multi Level Marketing* dapat dibenarkan selama tidak bertentangan dengan syariat Islam.

3. Ketentuan Umum dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)
 - a. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
 - b. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

- c. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- d. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang undangan yang berlaku.
- e. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
- f. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
- g. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
- h. *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal hal atau transaksi dalam rangka memperoleh bonus atau komisi yang dijanjikan.
- i. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perek rutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai

kamuflase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

- j. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- k. Member get member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- l. Mitra usaha/*stockist* adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

Ketentuan ini menunjukkan bahwa syariat Islam tidak hanya memperhatikan keberadaan produk, tetapi juga mekanisme operasional dan etika bisnis yang dijalankan.

4. Ketentuan Hukum Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009

Agar suatu bisnis *Multi Level Marketing* dapat dikategorikan sebagai Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, DSN-MUI menetapkan beberapa syarat utama, yaitu:

- a. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa
- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram
- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar*, *dzulm*, maksiat
- d. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.

- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS
- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (*akad*) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.
- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain lain.
- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- l. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Ketentuan-ketentuan tersebut menjadi indikator utama dalam menilai apakah suatu perusahaan *Multi Level Marketing* benar-benar menjalankan sistem bisnis syariah atau hanya menggunakan label syariah sebagai strategi pemasaran.

5. Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah adalah:

- a. Akad *Bai' / Murabahah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah.
- b. Akad *Wakalah bil Ujah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.
- c. Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah.
- d. Akad *Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.
- e. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.⁴⁸

⁴⁸ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)* (Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2009), 1-8