

## MULTI LEVEL MARKETING DALAM ISLAM (ANTARA KEHALALAN DAN ETIKA BERTRANSAKSI BERDASARKAN FATWA MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009)

Abd. Rahman<sup>1</sup>, Sukandi<sup>2</sup>, Nahei

<sup>1</sup> [Abdrhm98@gmail.com](mailto:Abdrhm98@gmail.com), <sup>2</sup> [sukandy.arifin@gmail.com](mailto:sukandy.arifin@gmail.com), <sup>3</sup> [imamnakhae@gmail.com](mailto:imamnakhae@gmail.com)

<sup>1</sup> Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Situbondo

<sup>2</sup> Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Situbondo

<sup>3</sup> Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Ibrahimy, Situbondo

### **Abstract:**

*Multi Level Marketing (MLM) is a marketing innovation that often generates controversy. Some scholars declare that this system is permissible according to Sharia, while others highlight financial risks and ethical concerns in transactions, such as honesty, justice, and prudence. This study aims to analyze MLM practices in the context of Islamic economic law and transaction ethics, intending to provide a balanced perspective on the permissibility and ethical implications of MLM in Islam.*

*The research employs a descriptive qualitative approach with a literature study. Data are collected from scholarly literature such as books, journals, articles, and fatwas from Islamic scholars related to MLM. Data analysis is conducted using content analysis methods, examining relevant texts about MLM. Source triangulation is used to ensure consistency and validity of the findings.*

*MLM involves selling products through a network of distributors who earn commissions from direct sales and sales made by recruited members. Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 states that MLM is permissible if the products sold are beneficial, transactions are conducted transparently without deception, commissions are based on product sales, and the recruitment system does not harm new members*

**Kata kunci:** *Multi Level Marketing, Fatwa MUI*

### **PENDAHULUAN.**

Multi Level Marketing adalah sebuah inovasi dalam memasarkan produk suatu perusahaan dengan menjadikan pembeli sebagai partner yang akan mendapatkan bonus baik melalui pembelian produk ataupun bonus yang diperoleh setelah membangun jaringan baru (Zikwan 2023). Dalam pandangan Islam Multi Level Marketing seringkali menimbulkan perdebatan dari sisi kebolehan dan etika bertransaksi (Afif and Mulyawisdawati 2018). Beberapa ulama menganggap Multi Level Marketing sebagai sistem pemasaran yang sah secara syariah (Kepada et al. 2022) karena memungkinkan individu untuk berusaha dan mendapatkan keuntungan dengan cara yang halal. Akan tetapi terdapat pendapat lain yang menyoroti risiko keuangan yang tinggi bagi peserta Multi Level Marketing yang akan terjebak dalam struktur piramida atau skema yang tidak transparan dalam bertransaksi. sementara terdapat beberapa hadis dan prinsip-prinsip transaksi dalam Islam yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan kehati-hatian. Oleh karena itu, meskipun potensi untuk mendapatkan penghasilan

besar ada dalam Multi Level Marketing, namun perlu dilakukan evaluasi terhadap system tersebut untuk memastikan bahwa praktik-praktik Multi Level Marketing tersebut telah sesuai dengan nilai-nilai moral dan hukum Islam.

Dalam kajian fikih mu'amalah Multi Level Marketing memunculkan beberapa pertanyaan tentang kehalalan dan etika bertransaksi. Sebagian cedikiawan muslim yang mendukung terhadap Multi Level Marketing menganggapnya Multi Level Marketing sebagai sarana yang sah untuk berbisnis dalam upaya mencari rezeki yang halal, hal ini dikarenakan Multi Level Marketing sejalan dengan prinsip-prinsip transaksi Islam yang mendorong perniagaan yang adil dan transparansi. bagi kalangan yang tidak mendukung Multi Level Marketing muncul beberapa kritikan dari sisi risiko yang tinggi terhadap anggota yang berada di tingkat bawah dalam struktur Multi Level Marketing (Mohd Nordin and Yaacob 2017), yang dapat menimbulkan kerugian finansial dan cacat etika dalam bertransaksi. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi dan pengawasan yang ketat agar praktik bisnis Multi Level Marketing tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam etika transaksi Islam.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisa praktik Multi Level Marketing dalam konteks hukum ekonomi syariah dan etika transaksi Islam. dalam artikel ini akan disampaikan pandangan yang komprehensif mengenai kehalalan praktik Multi Level Marketing dalam Islam serta mempertimbangkan aspek-aspek etis yang terlibat dalam bertransaksi. Melalui analisis poin-poin kontroversial terkait keabsahan hukum dan praktik MLM, didukung dengan referensi dari literatur hadis dan panduan syariah, artikel ini bertujuan untuk memberikan kesimpulan yang seimbang mengenai apakah dan bagaimana praktik Multi Level Marketing dapat dipandang dalam kerangka nilai-nilai moral Islam, serta mengidentifikasi implikasi praktisnya bagi umat Muslim dalam berbisnis di era digitalisasi dan modern seperti saat ini.

peneliti menghadirkan argumen bahwa Multi Level Marketing dipandang secara positif dalam transaksi Islam, karena Multi Level Marketing dapat memberikan peluang ekonomi yang sah secara syariah dalam berbisnis dan mendapatkan keuntungan. keuntungan yang diperoleh melalui Multi Level Marketing sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mendorong keadilan dan kesejahteraan bersama. meskipun demikian peneliti juga menyadari akan adanya risiko terkait dengan struktur Multi Level Marketing, dimana struktur tersebut dapat mengarah pada eksploitasi dan

kerugian bagi peserta yang lebih rendah dalam hierarki Multi Level Marketing. Namun, Multi Level Marketing dapat menjadi aktivitas mu'amalah yang halal, dengan melakukan beberapa aspek seperti implementasi yang tepat, pengawasan yang ketat untuk memastikan terlaksananya nilai-nilai etika transaksi Islam dan perlindungan terhadap seluruh peserta dalam jaringan bisnis tersebut.

## **KAJIAN TEORI**

Dalam terminologi fikih, konsep transaksi atau akad berasal dari akar kata *al-aqdu*, sedangkan secara etimologis transaksi atau akad memiliki beberapa makna seperti *as-Syaddu* (menguatkan), *ar-rabtu* (mengikat), *al-hillu* (melepas), *at-taukidu* (menguatkan), *ad-dhamanu* (menjamin), dan *al-ahdu* (perjanjian) (Manzur n.d.) . Secara gramatikal Arab, istilah transaksi sering identik dengan mu'amalah, sementara kontrak sering disebut *al-aqdu*. Mu'amalah, sebagai bagian dari hukum Islam, berfungsi untuk mengatur transaksi antara manusia, dengan asas utamanya berakar pada *al-aqdu*. Beberapa fuqaha menggambarkan *al-aqdu* sebagai ikatan maknawi, yaitu ikatan yang terjadi melalui perkataan yang diucapkan oleh kedua belah pihak, dan hal ini menjadi dasar penting dalam menetapkan keabsahan dan kewajiban dalam mu'amalah (Al-Qurahdagi. 1985).

Transaksi dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah (Ayu, Muhammad Wahyuddin Abdullah, and Isnin Rofiah Zulkham Akhmad 2024) yang menekankan keadilan, transparansi, dan kesejahteraan sosial. Terdapat beberapa aturan transaksi dalam Islam yang diantaranya larangan terhadap riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian) (Hartini, Fasa, and Suharto 2022). disamping hal tersebut, dalam Islam transaksi juga harus bebas dari unsur-unsur yang dapat menyebabkan ketidakadilan atau eksploitasi. Alasan di balik prinsip ini adalah untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dalam bertransaksi, sehingga semua pihak yang terlibat dalam transaksi mendapatkan manfaat yang setara tanpa adanya penindasan atau ketidakadilan.

Transaksi dalam pandangan Islam senantiasa memastikan bahwa aktivitas transaksi berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan keadilan dan kesejahteraan bersama. Berbagai jenis transaksi dalam Islam, seperti *mudharabah* (kemitraan usaha), *murabahah* (penjualan dengan margin keuntungan), dan *ijarah* (sewa), dirancang untuk mencapai tujuan tersebut. Sebagai contoh, dalam *mudharabah*,

investor memberikan modal kepada pengusaha dan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, sehingga kedua belah pihak berbagi risiko dan hasil usaha secara adil.

Transaksi dalam Islam tidak hanya berbeda dalam aspek terminologi tetapi juga dalam filosofi serta tujuannya. Transaksi dalam Islam selalu mematuhi prinsip transaksi dengan tujuan untuk menciptakan keadilan dan kesejahteraan. Transaksi dalam Islam menekankan pada keadilan, transparansi, dan kesejahteraan sosial, yang pada akhirnya diharapkan dapat membawa keberkahan bagi seluruh umat.

Sebuah transaksi dalam aktifitas ekonomi menjadi legal dalam Islam apabila telah memenuhi beberapa kriteria; pertama, adanya, ijab merupakan proposional pisitif sedang qabul adalah pernyataan persetujuan. Kedua, pihak yang bertransaksi merupakan orang yang bisa dipertanggungjawabkan (*ahliyyah at-tasharuf*). Ketiga, saling suka (*at-taradhin*) transaksi ekonomi yang dilakukan oleh manusia harus bebas dari unsur intimidasi, penipuan dan ketidakjelasan. Tujuan dari kriteria saling suka agar dalam traksaksi tidak ada pihak yang merasa dirugikan akibat ketidak jelasan (Zikwan 2023).

## **METODE**

Penelitian ini akan mengumpulkan data dari berbagai sumber termasuk fatwa ulama, literatur Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang posisi Islam terhadap Multi Level Marketing, mengidentifikasi praktek yang halal dan haram, serta memberikan panduan etika bertransaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data dari sumber-sumber primer seperti fatwa-fatwa ulama, kitab-kitab fikih. Metode penelitian ini menggunakan kajian pustaka untuk mengkaji Multi Level Marketing dalam Islam antara kehalalan dan etika bertransaksi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Sumber data yang digunakan meliputi literatur ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, dan fatwa dari ulama terkait Multi Level Marketing. Analisa data dilakukan dengan metode analisis isi, dengan mengkaji teks-teks yang relevan Multi Level Marketing. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai literatur untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. Selain itu, peneliti juga akan mengkaji kredibilitas sumber data dengan memperhatikan reputasi penulis dan penerbit, serta mengacu pada pandangan mayoritas ulama yang diakui. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan

yang komprehensif tentang posisi Islam terhadap Multi Level Marketing, baik dari aspek kehalalan maupun etika bertransaksi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN.**

### **Multi Level Marketing**

Multi Level Marketing termasuk jenis atau model bisnis yang melibatkan penjualan produk atau jasa melalui jaringan distributor atau anggota yang telah terdaftar. Anggota tidak hanya berasal dari penjualan langsung produk, tetapi juga dari komisi yang didapatkan dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang direkrut. Multi Level Marketing memanfaatkan struktur piramida, di mana setiap anggota berupaya merekrut anggota baru untuk membentuk jaringan penjualan yang lebih luas. Oleh karena itu, keberhasilan Multi Level Marketing bergantung pada kemampuan anggota dalam merekrut dan membangun jaringan.

Praktik Multi Level Marketing antara satu perusahaan dengan perusahaan lain seringkali mengalami perbedaan, namun secara umum terdapat beberapa prinsip atau model yang menjadi pedoman setiap perusahaan sebagai *guid system* Multi Level Marketing: pertama, sebagai anggota baru, seorang anggota harus membeli paket produk awal dengan Harga etentu sebagai syarat bergabung dalam jaringan. Kedua, setiap anggota senantiasa dimotivasi untuk menjual produk dalam jumlah tertentu dalam Waktu yang telah ditentukan. ketiga, setiap anggota diberi tugas untuk mencari konsumen baru dan erkrut konsumen tersebut sebagai anggota dibawah jaringannya. Keempat, Anggota yang berhasil melakukan penjualan atau merekrut anggota baru akan mendapatkan komisi atau bonus. Kelima, Perusahaan Multi Level Marketing pada biasanya akan menawarkan bonus tambahan atas prestasi kerja anggota.

### **Fatwa DSN MUI Tentang Multi Level Marketing**

Terdapat fatwa Majelis Ulama Indonesia telah tentang Multi Level Marketing, hal ini sebagai upaya untuk memberikan pedoman kepada masyarakat muslim terutama di INdonesia untuk menjalankan praktik Multi Level Marketing agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009, MUI menyatakan bahwa MLM dapat dianggap halal jika memenuhi beberapa syarat penting. Pertama, produk yang dijual harus halal dan bermanfaat. Kedua, transaksi harus dilakukan dengan akad yang jelas dan transparan tanpa adanya unsur penipuan atau gharar (ketidakpastian). Ketiga, komisi atau bonus yang diperoleh harus berdasarkan hasil

penjualan produk, bukan dari perekrutan anggota baru secara eksklusif. Keempat, sistem perekrutan tidak boleh merugikan anggota baru atau menciptakan ketidakadilan. pada dasarnya Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 lebih menekankan pada perekrutan anggota dibandingkan penjualan produk dan mengandung unsur-unsur riba dan penipuan, dianggap haram.

Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 memberikan beberapa pedoman tambahan untuk memastikan agar praktik Multi Level Marketing yang diikuti masyarakat muslim sesuai dengan syariah. seperti panduan tentang sistem bonus atau komisi harus bersifat adil dan proporsional terhadap usaha yang dikeluarkan oleh anggota, perusahaan Multi Level Marketing harus memiliki izin resmi dan diawasi oleh otoritas terkait untuk memastikan bahwa mereka beroperasi secara legal dan etis.

Manjelis Ulama' Indonesia juga menekankan pentingnya adanya transparansi dalam semua aspek bisnis dengan istem Multi Level Marketing, termasuk dalam hal harga produk, struktur komisi, dan sistem perekrutan. Perusahaan Multi Level Marketing diharapkan memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada calon anggota mengenai potensi pendapatan dan risiko yang terkait. Dengan demikian, calon anggota dapat membuat keputusan yang bijak dan berdasarkan informasi yang akurat.

Fatwa MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 bertujuan untuk melindungi umat Islam dari praktik bisnis yang tidak etis dan berpotensi merugikan. Oleh karena itu, umat Islam yang tertarik untuk terlibat dalam Multi Level Marketing harus secara kritis mengevaluasi perusahaan Multi Level Marketing yang mereka pertimbangkan, memastikan bahwa mereka memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan oleh MUI. Dengan mematuhi pedoman ini, diharapkan umat Islam dapat terlibat dalam bisnis MLM yang halal, adil, dan membawa manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

MUI juga menyoroti pentingnya pengawasan internal dalam perusahaan Multi Level Marketing. Perusahaan harus memiliki mekanisme yang efektif untuk mengawasi dan memastikan bahwa semua anggota mematuhi ketentuan syariah dan etika bisnis. Ini termasuk adanya pelatihan dan edukasi yang cukup bagi anggota tentang prinsip-prinsip syariah dan bagaimana menjalankan bisnis dengan cara yang benar.

MUI juga mendorong adanya komitmen dari perusahaan Multi Level Marketing untuk menghindari praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen, seperti penetapan harga yang tidak wajar, pengenaan biaya keanggotaan yang berlebihan, atau janji-janji



keuntungan yang tidak realistis. Transparansi dalam pengelolaan keuangan dan distribusi komisi juga merupakan salah satu poin penting yang ditekankan oleh MUI.

Selain itu, MUI mengingatkan bahwa keberlanjutan bisnis Multi Level Marketing harus didasarkan pada nilai dan manfaat produk yang dijual, bukan semata-mata pada perluasan jaringan atau perekrutan anggota baru. Perusahaan MLM yang baik harus memiliki produk yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta memiliki nilai tambah yang nyata.

Fatwa MUI juga memberikan panduan bagi konsumen untuk bersikap kritis dan waspada terhadap tawaran Multi Level Marketing yang terkesan terlalu bagus untuk menjadi kenyataan. Konsumen diimbau untuk melakukan penelitian dan konsultasi sebelum memutuskan untuk bergabung dengan perusahaan Multi Level Marketing, serta memastikan bahwa perusahaan tersebut mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan dalam fatwa MUI.

## **KESIMPULAN**

Multi Level Marketing merupakan model bisnis yang melibatkan penjualan produk atau jasa melalui jaringan distributor yang berupaya merekrut anggota baru untuk memperluas jaringan penjualan. Keberhasilan dalam MLM sangat bergantung pada kemampuan anggota dalam merekrut dan membangun jaringan. Meskipun praktik Multi Level Marketing dapat berbeda antar perusahaan, secara umum melibatkan pembelian paket awal, penjualan produk, perekrutan anggota baru, dan pemberian komisi atau bonus berdasarkan penjualan dan perekrutan.

Majelis Ulama Indonesia melalui Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 memberikan pedoman agar praktik Multi Level Marketing sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Fatwa tersebut menyatakan bahwa Multi Level Marketing dapat dianggap halal jika produk yang dijual halal dan bermanfaat, transaksi dilakukan dengan akad yang jelas tanpa penipuan atau gharar, dan komisi diperoleh dari penjualan produk, bukan semata-mata dari perekrutan anggota baru. Fatwa ini juga menekankan pentingnya transparansi, keadilan dalam sistem komisi, serta pengawasan internal yang efektif di perusahaan Multi Level Marketing. MUI mengingatkan bahwa keberlanjutan bisnis Multi Level Marketing harus didasarkan pada nilai dan manfaat produk yang dijual, bukan hanya pada perekrutan anggota baru. Perusahaan Multi Level Marketing harus memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada calon anggota mengenai potensi

pendapatan dan risiko yang terkait. Dengan mematuhi pedoman MUI, diharapkan umat Islam dapat terlibat dalam bisnis Multi Level Marketing yang halal, adil, dan membawa manfaat, serta terlindungi dari praktik bisnis yang tidak etis dan merugikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Mufti, and Richa Angkita Mulyawisdawati. 2018. "Sistem Pemasaran Multi Level Marketing ( MLM ) Ditinjau Dalam Hukum Ekonomi Syariah." 13(2):134–48.
- Al-Qurahdaghi., Ali Muhyi al-Din. 1985. *Mabda' Al-Ridha Fi Al-Uqud Juz 1*. Beirut: Dar al-Basya'ir al-Islamiyyah.
- Ayu, Parmitasari Rika Dwi, Muhammad Wahyuddin Abdullah, and Isnin Rofiah Zulhikam Akhmad. 2024. "Filosofi Prinsip Keuangan Islam Dan Implikasinya Pada Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 1192:273–83.
- Hartini, Suci, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. 2022. "Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5(1):197–206. doi: 10.26740/jekobi.v5n1.p197-206.
- Kepada, Diajukan, Program Pascasarjana, Universitas Islam, Raden Intan, Lampung Guna, Memenuhi Salah, Satu Syarat, Untuk Memperoleh, Gelar Magister Hukum, and Umi Latifah. 2022. "Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri ( Uin ) Raden Intan Lampung 1443 H / 2022 M Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun."
- Manzur, Ibnu. n.d. *Lisan Al-Arab*. Kairo: Dar al-Ma'arif.
- Mohd Nordin, Suhailah, and Salmy Edawati Yaacob. 2017. "Sorotan Literatur Perniagaan Jualan Langsung Secara Pemasaran Berbilang Tingkat vs Sistem Piramid." *Islamiyyat : Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal of Islamic Studies* 39(2):143–52.
- Zikwan, M. 2023. "Transaksi Ekonomi Modern' Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam." *Al-Adillah: Jurnal Hukum Islam* 3(1). doi: <https://doi.org/10.61595/aladillah.v3i1.487>.