



Analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Berkaitan dengan MLM

Okto Viandra Arnes¹ Benny Sultan²

Oktoviandraarnes10@gmail.com¹ bennysultan123@gmail.com²

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstrak: Pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa terkait MLM, yaitu fatwa No. 75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah mulai dari pengertian, dan ketentuan-ketentuan yang menjadikan diperbolehkannya praktik MLM tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan metode penelitian yuridis-normatif untuk mengkaji Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan langsung Berjenjang Syariah mengenai *Multi Level Marketing* dengan pendekatan *Manhaji*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan teknik studi dokumen dan studi literatur. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mempelajari Fatwa DSN-MUI, buku-buku, artikel jurnal serta literatur lainnya yang memiliki keterkaitan dengan analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Adapun teknik analisis dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif analisis. Teknik deskriptif analisis yang bertujuan untuk menganalisis data primer mengenai Fatwa DSN-MUI no.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan pendekatan *Manhaji*. Dalam penelitian ini analisis fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 tentang penjualan langsung berjenjang syariah memberikan pedoman mengenai praktik *Multi Level. Multi level Marketing* boleh dilakukan apabila memenuhi ketentuan umum yang 12 dalam fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI No75/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah.

Kata Kunci: Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 Tentang PLBS, Multi Level Marketing

Abstrac: In 2009 the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN-MUI) issued a fatwa related to MLM, namely fatwa No. 75 DSN-MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling (PLBS). This fatwa explains about PLBS or Sharia MLM starting from the understanding, and the provisions that make the MLM practice permissible. The research conducted by the author is a juridical-normative research method to examine the DSN-MUI Fatwa No.75 DSN-MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling regarding Multi Level Marketing with the Manhaji approach. The data collection technique in this research is library research, namely document study and literature study. Data collection in this study was carried out by studying the DSN-MUI Fatwa, books, journal articles and other literature that had links with the DSN-MUI Fatwa analysis No.75 DSN-

¹ Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Magister Ilmu Syariah Kelas F, NIM 21203012099

MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling. As for the analysis technique in this study, the author uses descriptive analysis techniques. Descriptive analysis technique that aims to analyze primary data regarding the Fatwa of DSN-MUI no.75 DSN-MUI/VII/2009 concerning Sharia Tiered Direct Selling with the Manhaji approach. In this study, the analysis of the DSN-MUI fatwa No.75/VII/2009 regarding direct selling with sharia tiers provides guidance on Multi-Level practices. Multi-level marketing may be carried out if it fulfills the general provisions contained in the DSN-MUI fatwa No.75 DSN-MUI No75/VII/2009 concerning guidelines for direct selling with sharia tiers.

Keywords: fatwa No.75 DSN-MUI No75/VII/2009 concerning guidelines for direct selling with sharia tiers, Multi Level Marketing.

Pendahuluan

Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk memberikan pedoman dalam Penjualan langsung Berjenjang Syariah. Hal ini dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dengan menimbang beberapa hal:

- a. Bahwa metode penjualan barang dan produk jasa menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) telah dipraktikkan masyarakat.
- b. Bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir **a** telah berkembang sedemikian rupa dengan dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah
- c. Bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir **a** berpotensi merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan
- d. Bahwa agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS). DSN-MUI perlu menetapkan fatwa tentang PLBS.²

Salah satu pola bisnis saat ini yang sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang merupakan salah satu cabang dari direct selling. Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah ini beroperasi tidak seperti mayoritas bisnis umumnya, karena kebanyakan konsumen menempatkan motif pembelian produk atau jasa yang ditawarkan didalamnya, berdasarkan sugesti untuk memperoleh keuntungan yang tinggi di dalam dan diluar

² Fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

produk atau jasa yang dipakainya. Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai strategi bisnisnya. Adapun sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen.

Sistem pemasaran melalui Multi level marketing menjadi menarik karena melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk, dan konsumen diiming-imingi, selain dapat menikmati manfaat produk, juga bisa memperoleh insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan produsen, seperti haji dan umrah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk seminimal mungkin atau bahkan bisa ditekan sampai ke titik nol. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan). Multi Level Marketing (MLM) secara etimologi berarti pemasaran yang berjenjang banyak. MLM merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk memasarkan produknya. Dalam MLM pelanggan diberdayakan untuk melaksanakan tugas pemasaran atau pendistribusian secara mandiri tanpa campur tangan langsung perusahaan. Imbalannya dalam bentuk potongan harga, komisi, atau insentif yang ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan (biasanya disebut volume point atau bussines point) yang diberitahukan kepada distributor independen sejak mereka mendaftar sebagai anggota. Dalam kata lain penjualan langsung berjenjang dapat dikatakan sebagai pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan dengan upline. Istilah upline (tingkat atas) dan downline (tingkat bawah). Upline (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (downline) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu. MLM ini bisa juga disebut sebagai network marketing. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja banyak orang yang melakukan pemasaran.

Penjualan Langsung Berjenjang Syariah harus memenuhi hal-hal sebagai berikut: sistem distribusi pendapatan haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang, apresiasi distributor haruslah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, penetapan harga walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi dan jenis produk yang benar-benar terjamin kehalalan atau kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk yang dipasarkan.³

Dilatarbelakangi dengan hal inilah pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa terkait MLM, yaitu fatwa No. 75 DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah mulai dari pengertian, dan ketentuan-ketentuan yang menjadikan diperbolehkannya praktik MLM tersebut. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai berikut: 1). Adanya objek transaksi riil yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa 2). Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram 3). 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 Penjualan Langsung Berjenjang Syariah 4). Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan 5). Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.⁴ Berbeda dengan para pembisnis umum, bagi seorang mukmin, kewajiban analisis tidak terbatas pada seberapa besar peluang yang tercipta didalam dunia Multi Level Marketing. Atau seberapa efektif dan efisien pola pemasaran Multi Level Marketing yang murni berbasis kajian ekonomi dan bisnis. Lebih dari itu, pertanyaan mengenai kesesuaian

³ Ulfa Fadilah Arafat, ”Analisa Fatwa DSN No.75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) Terhadap Jual Beli Pulsa Melalui Duta Network Indonesia (DNI) Di Madiun”. Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah: IAIN Ponorogo. (Ponorogo, 2018), h.3.

⁴ Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN-MUI/VII/2009, Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), (Dewan Syariah Nasional-MUI, jakarta, 2009)

Multi Level Marketing dengan aturan dan norma bisnis Islami, harus mendapatkan jawaban pasti. Bahkan harus dijadikan prioritas utama. Sebab menurut ajaran Islam, nilai ekonomi tidak hanya dilihat dari hasil. Akan tetapi, yang menjadi standar utama adalah bagaimana proses pencapaian hasil ekonomi tersebut jika prosesnya melabrak Syariat Islam, maka betapa pun high profit dan high infect, ia wajib ditinggalkan. Sebaliknya, sebuah unit usaha yang prosesnya sejalan dengan syariat, sekalipun low profit, ia patut dipertimbangkan. Idealnya memang, memilih jenis usaha yang prosesnya sejalan dengan syariat dan memberi peluang hasil yang menggiurkan. Tidak dipungkiri, Multi Level Marketing merupakan satu dari sekian jenis usaha yang belakangan ini banyak menarik perhatian kaum muslimin. Bukan hanya dari kalangan masyarakat awam tetapi juga aktifis pergerakan, bahkan hingga tokoh masyarakat dan agama.

Sebabnya, disamping karena Multi Level Marketing dianggap barang baru yang belum ditemukan padanannya pada praktik bisnis zaman dahulu, juga karena beberapa hal dalam aplikasinya yang masih samar bagi sebagian kaum muslimin. Olehnya, dibutuhkan analisis syar'i mendalam serta pengalaman lapangan yang sifatnya nyata demi menentukan status hukum Multi Level Marketing. Banyak ditentukan dari uraian mereka yang menolak Multi Level marketing, analisa-analisa yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Dan ini bukan hal kebetulan. Karena kebanyakan mereka, hanya bersandar pada berita "katanya" yang beredar dari mulut ke mulut dan tidak pernah terlibat langsung dalam sistem Multi Level Marketing, melihat fakta-fakta lapangan, serta berinteraksi langsung dengan para pegiat Multi Level marketing.

Bisnis MLM (Multi Level Marketing) adalah metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan pemasaran network marketing atau pola penjualan berjenjang. Multi level marketing adalah jalur alternatif bagi suatu perusahaan, dengan model MLM merupakan salah satu cara pemasaran untuk menjual barang secara langsung (direct selling). Dalam sistemnya, setiap anggota berhak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan produk, perekrutan anggota dan pembinaan terhadap jaringannya. Pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) mengeluarkan Fatwa No.75/DSNMUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa tersebut dikeluarkan sebagai pedoman agar perusahaan MLM dapat menjalankan sistemnya dengan ketentuan syariah.

Dalam jurnal Istidal Volume 1 No. 2 Lailatur Rahmah, Wawan Juandi, dan Muhammad Shaleh “Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus Pada Member MLM 4Jovem di Situbondo) hasil penelitian ini adalah Pelaksanaan bisnis Multi Level Marketing pada 4Jovem khususnya di Situbondo, sebagian besar telah memenuhi ketentuan-ketentuan dan menerapkan akad-akad yang termaktub dalam MUI N0.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Namun pada prakteknya di lapangan, ada yang tidak memenuhi ketentuan fatwa MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009, yaitu tentang adanya syarat lanjutan pada pembagian mobil agya. Dimana terdapat gharar dalam marketing plannya, selain itu syarat tersebut ighra’.⁵

Dalam Jurnal Tawazun Volume 2 No.2 September 2019. Luqman Nurhisam “Multi Level marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Langsung Berjenjang Syariah). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Multi Level Marketing yang telah dipraktekkan oleh masyarakat sebagaimana yang telah difatwakan oleh DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan langsung Berjenjang Syariah hukumnya boleh, dengan merujuk kepada hadis-hadis yang diuraikan sebelumnya bahwasanya dapat dijadikan sebagai hujjah atau pedoman hukum dan segala kegiatan bisnis yang Multi Level marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Langsung Berjenjang Syariah).⁶

Fokus Permasalahan yang ingin dibahas oleh penulis adalah mengenai Analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 “Penjualan langsung Berjenjang Syariah” tentang Multi Level Marketing. Pertanyaan yang diinginkan jawab yaitu bagaimana Analisis Fatwa DSN-MUI tentang PLBS berkaitan dengan Multi Level Marketing?

⁵ jurnal Istidal Volume 1 No. 2 Lailatur Rahmah, Wawan Juandi, dan Muhammad Shaleh “Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 (Studi Kasus Pada Member MLM 4Jovem di Situbondo)

⁶ Jurnal Tawazun Volume 2 No.2 September 2019. Luqman Nurhisam “*Multi Level marketing* dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Langsung Berjenjang Syariah)

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data, menganalisis data tersebut, dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.⁷ Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan metode penelitian yuridis-normatif untuk mengkaji Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan langsung Berjenjang Syariah mengenai *Multi Level Marketing* dengan pendekatan *Manhaji*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan teknik studi dokumen dan studi literatur.⁸ Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mempelajari Fatwa DSN-MUI, buku-buku, artikel jurnal serta literatur lainnya yang memiliki keterkaitan dengan analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Adapun teknik analisis dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif analisis. Teknik deskriptif analisis yang bertujuan untuk menganalisis data primer mengenai Fatwa DSN-MUI no.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan pendekatan *Manhaji*.

Mekanisme Kerja Multi Level marketing

MLM merupakan sistem penjualan secara langsung kepada konsumen yang dilakukan secara berantai, dimana seorang konsumen dapat menjadi distributor produk dan dapat mempromosikan orang lain untuk bergabung dalam rangka memperluas jaringan distributornya. Dalam rangkaian distributor terdapat istilah “Upline dan Dowline”.⁹ Bisnis MLM lebih memanfaatkan “kekuatan manusia” daripada institusi ritel dan lainnya, untuk mempromosikan dan menjual produk (barang atau jasa). MLM juga menitikberatkan pada kekuatan kontak pribadi, dimana penjual berfungsi lebih dari sekedar seorang juru tulis yang mencatat hasil penjualan. MLM berbeda dengan sistem penjualan lainnya. Dalam bisnis MLM, distributor multi level tidak hanya berusaha menjual barang kepada konsumen secara eceran, tetapi

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 2.

⁸ Kaharudin, *Penelitian di Bidang Ilmu Hukum*, (Semarang: Formaci, 2021), hlm. 204.

⁹ Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*. (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), 89.

juga mencari distributor lain untuk menjual produk (barang atau jasa) kepada konsumen.

Dengan kata lain, setiap distributor memiliki dua fungsi dasar, yaitu menjual produk (barang atau jasa) serta membangun jaringan distribusi melalui perekrutan distributor lainnya untuk juga menjual produk dan jasa perusahaan. Setiap distributor baru yang dibawa masuk ke dalam perusahaan, akan terdorong untuk mengajak distributor berikutnya ke dalam perusahaan. Hasilnya, seorang distributor yang aktif menjalankan fungsi ganda di atas akan membangun sebuah sub struktur berjenjang, yang dikenal dengan istilah jaringan downline. Setiap anggota di dalam jaringan downline tersebut juga memiliki kesempatan yang sama untuk membangun jaringan downline nya sendiri. Setiap anggota distributor akan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukannya sendiri dan juga mendapatkan sebagian kecil komisi dari penjualan yang dilakukan oleh para distributor di jaringan downline nya.¹⁰

Selain itu, biasanya tersedia berbagai bonus kinerja (performance bonus) dan hadiah berupa royalty bonus apabila volume penjualan pribadi maupun grup downline nya mencapai level tertentu. Ketentuan ini sebagaimana diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia bahwa komisi adalah imbalan yang diberikan perusahaan MLM kepada mitra usaha yang besarnya dihitung berdasarkan hasil kerja nyata sesuai volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau jasa, baik secara pribadi maupun jaringan. Sedangkan bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha karena berhasil melebihi target penjualan barang dan atau jasa yang ditetapkan perusahaan MLM.¹¹

Seseorang yang mengikuti pola bisnis MLM merupakan distributor atau member yang menempati suatu posisi dalam jenjang karir sistem tersebut. Distributor mempunyai seorang upline yaitu pihak yang mengajaknya (mensponsori) dalam bisnis MLM, sedangkan distributor itu sendiri disebut downline, yaitu pihak yang disponsori. Seorang downline akan menjadi upline jika telah memiliki downline lain dibawahnya. Sekumpulan distributor yang membentuk struktur upline dan downline akan membentuk suatu jaringan. Dalam jaringan terdapat “kaki” dan level. Kaki adalah bagian dari jaringan yang ditinjau secara vertikal, dan level adalah bagian dari jaringan yang ditinjau secara horizontal. Jaringan yang telah terbentuk akan terus

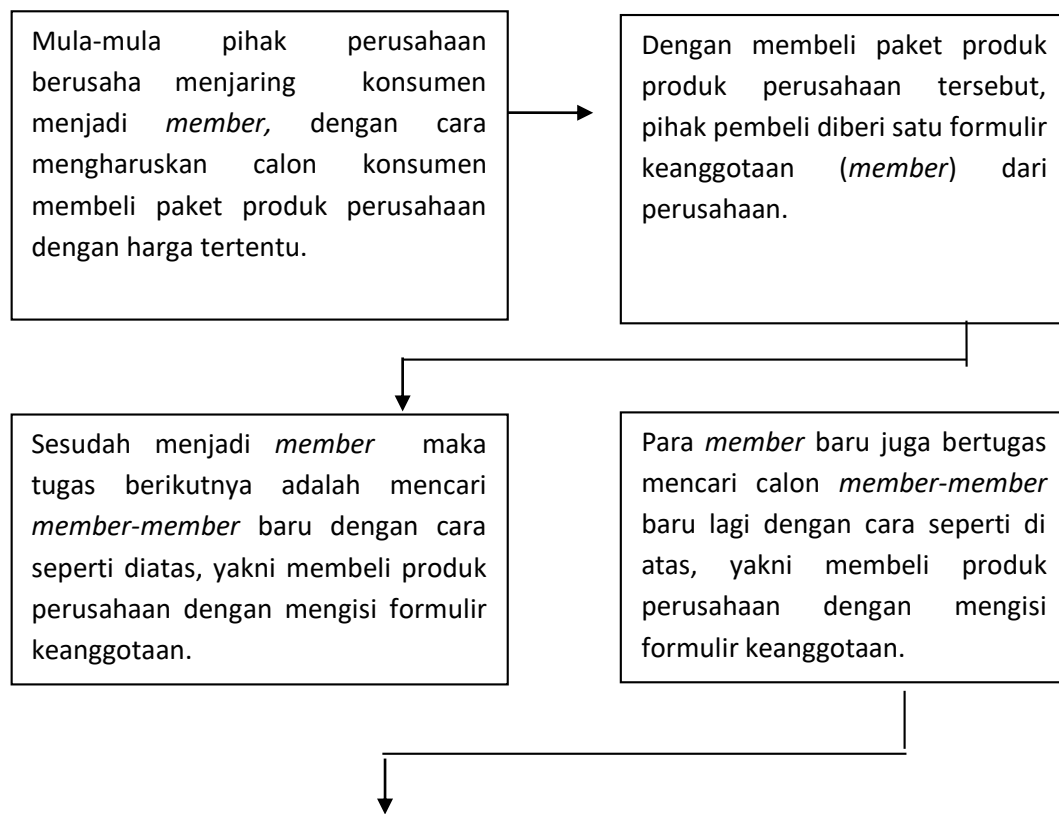
¹⁰ Ibid., 91.

¹¹ Ibid., 92.

tumbuh tanpa ada batasnya, selama para member terus mensponsori pihak baru untuk masuk dalam bisnis MLM sehingga jaringan akan terus membesar dan meluas, mulai dari berawal hanya mensponsori satu atau dua orang, hingga memiliki downline mungkin sampai ratusan. Pertumbuhan kelompok tersebut akan berlipat.¹²

Multi Level Marketing adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk, baik berupa atau jasa konsumen sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim atau bahkan sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis MLM ini tidak diperlukan biaya distribusi.¹³ MLM juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang. Secara global sistem MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member dari perusahaan yang melakukan praktik MLM. Hal ini dilakukan dengan cara memprospek dan merekrutnya dengan berbagai cara. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut.¹⁴

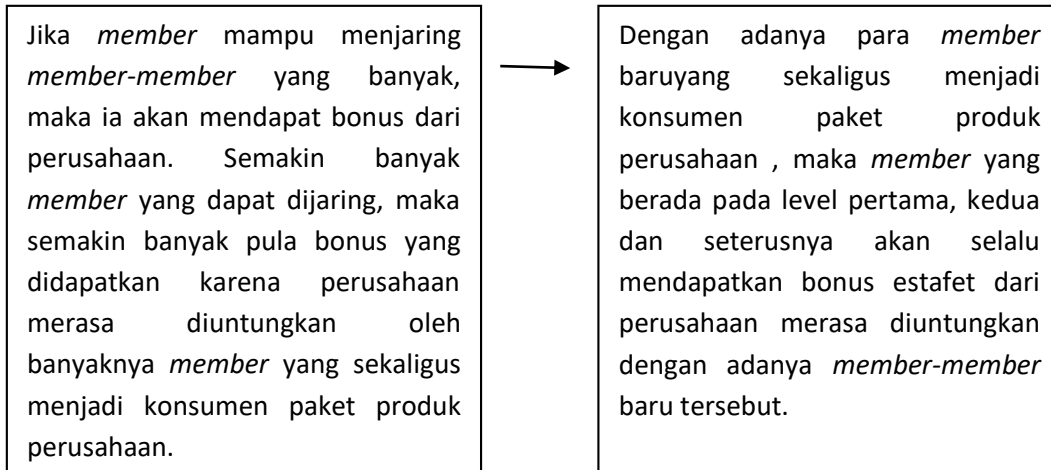
Konsep *Multi Level Marketing*



¹² Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. (Jakarta: Erlangga, 2012), 67.

¹³ Andreas Harefa.1999.10 Kiat Sukses Distributor MLM, Belajar dari Amway, CNI dan Herbalife, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hlm.12.

¹⁴ Kholid Syamhudi. 2010. *Siapa Bilang MLM Multi Level Marketing Haram?*. Bogor: Pustaka Darul Ilmi. hlm, 27.



Karena itu, posisi member dalam jaringan MLM ini, tidak lepas dari dua posisi: 1) pembeli langsung, 2) makelar. Disebut pembeli langsung apabila sebagai member, ia melakukan transaksi pembelian secara langsung, baik kepada perusahaan maupun melalui distributor atau pusat stok. Disebut makelar karena ia telah menjadi perantara (melalui perekrutan yang ia lakukan) bagi orang lain untuk menjadi member dan membeli produk perusahaan tertentu.¹⁵

Beberapa perusahaan MLM, ada yang melakukan kegiatan menjaring dana masyarakat untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dengan janji akan memberikan keuntungan sebesar 100 % dalam setiap bulannya. Juga beberapa perusahaan MLM lainnya yang mana seseorang bisa menjadi member-nya tidak harus dengan menjual produk perusahaan, namun cukup dengan mendaftarkan diri dengan membayar uang pendaftaran, selanjutnya dia bertugas mencari anggota lainnya dengan cara yang sama, semakin banyak anggota maka akan semakin banyak bonus yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Intinya, memang ada sedikit perbedaan pada sistem setiap perusahaan MLM, namun semuanya berinti pada mencari anggota lainnya, semakin banyak anggotanya semakin banyak bonus yang diperolehnya.

MLM adalah singkatan dari Multi Level Marketing. Menurut bahasa Multi berarti banyak, level berarti jenjang atau tingkat, sedangkan marketing berarti pemasaran. Jadi Multi Level Marketing adalah pemasaran berjenjang banyak. Multi Level Marketing menurut Andrias Harefa¹⁶, merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan atau pabrik untuk memasarkan atau

¹⁵ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman.2015. *Bisnis & Muamalah Kontemporer*. Bogor:Al Azhar Freshzone Publisng. Hlm, 116.

¹⁶ Harefa, Andrias. *Multi Level Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1999).

mendistribusikan dan menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan memberdayakan distributor independennya untuk melaksanakan tugas pemasaran, pendistribusian, dan penjualan produk melalui pengembangan armada pemasar, distributor dan penjualan langsung secara mandiri (independen) tanpa campur tangan langsung pemerintah. Multi Level Level adalah sebuah bisnis yang menggunakan konsep dengan memperpendek jalur pendistribusian dari produsen kepada konsumen. Sistem ini beda dengan sistem bisnis konvensional yang menggunakan beberapa distributor hingga sampai kepada konsumen. Dengan memperpendek jalur pendistribusian ini mengakibatkan menghemat biaya distribusi bahkan dapat ditekan lebih rendah. Multi Level Marketing tidak membutuhkan biaya promosi, karena promosi ditangani langsung oleh setiap member.¹⁷

Secara realitas, kini perusahaan Multi Level Marketing sudah banyak tumbuh dan berkembang baik di dalam maupun luar negeri, bahkan di Indonesia sudah ada yang terang-terangan menyatakan bahwa Multi Level marketing tersebut sesuai dengan syariat dan mendapatkan sertifikasi halal dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sebagaimana yang dijelaskan dalam fatwa Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang termasuk didalamnya adalah Multi Level Marketing sebagaimana yang telah dipraktikkan oleh masyarakat. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan atau jasa melalui jaringan pemasaran (network marketing) yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut. Dapat diketahui bahwa metode penjualan Multi Level Marketing termasuk daripada penjualan langsung berjenjang sebagaimana yang telah dipraktikkan oleh masyarakat. Sehingga dikeluarkannya fatwa oleh DSN-MUI tersebut adalah untuk memberikan pedoman kepada masyarakat secara jelas mengenai praktik Multi Level Marketing yang mana sesuai dengan koridor syariah sebagaimana diatur dalam fatwa tentang pedoman Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).¹⁸

¹⁷ Tawazun: Journal of Sharia Economic Law Volume 2 Nomor 2 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)"

¹⁸ Dewan Syariah Nasional dalam MLM, dalam <https://www.e-syariah.com> diakses tanggal 29 mei 2022 Pukul 21.43 Wib.

Latar Belakang Fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan langsung Berjenjang Syariah

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang sangat vital untuk memenuhi kebutuhan manusia. Berbagai motif berbisnis dapat menjadi pendorong yang kuat dalam mempengaruhi. Rasulullah sangat memotivasi umatnya untuk berbisnis, karena berbisnis adalah cara yang paling cepat mendatangkan rezeki. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa perintah untuk berbisnis dengan cara yang benar. Salah satu pola bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang merupakan salah satu cabang dari direct selling. Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah ini beroperasi tidak seperti mayoritas bisnis umumnya, karena kebanyakan konsumen menempatkan motif pembelian produk atau jasa yang ditawarkan di dalamnya, berdasarkan sugesti untuk memperoleh keuntungan yang tinggi di dalam dan di luar produk atau jasa yang dipakainya. Bisnis Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan bisnis yang bergerak di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang menggunakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai strategi bisnisnya. Adapun sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah itu sendiri adalah metode yang digunakan sebuah induk perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen melalui suatu jaringan orang-orang bisnis yang independen.

Sistem pemasaran melalui Multi level marketing menjadi menarik karena melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk, dan konsumen diiming-imingi, selain dapat menikmati manfaat produk, juga bisa memperoleh insentif atau hadiah-hadiah yang ditawarkan produsen, seperti haji dan umrah, perlindungan asuransi, tabungan hari tua dan lain sebagainya. Bagi produsen sendiri, melalui sistem MLM dapat melakukan efisiensi biaya distribusi produk seminimal mungkin atau bahkan bisa ditekan sampai ketitik nol. MLM juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang (pelevelan). Multi Level Marketing (MLM) secara etimologi berarti pemasaran yang berjenjang banyak. MLM merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk memasarkan produknya. Dalam MLM pelanggan diberdayakan untuk melaksanakan tugas pemasaran atau pendistribusian secara mandiri tanpa campur tangan langsung perusahaan. Imbalannya dalam bentuk

potongan harga, komisi, atau insentif yang ditetapkan oleh perusahaan produsen secara berjenjang sesuai dengan jumlah nilai penjualan (biasanya disebut volume point atau bussiness point) yang diberitahukan kepada distributor independen sejak mereka mendaftar sebagai anggota. Dalam kata lain penjualan langsung berjenjang dapat dikatakan sebagai pemasaran yang dilakukan melalui banyak level atau tingkatan, yang biasanya dikenal dengan Upline. Istilah upline (tingkat atas) dan downline (tingkat bawah). Upline (promotor) adalah anggota yang sudah menjadi anggota terlebih dahulu, sedangkan bawahan (downline) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Jenjang keanggotaan ini bisa saja berubah-ubah, sesuai dengan syarat pembayaran atau pembelian tertentu. MLM ini bisa juga disebut sebagai network marketing.

Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja banyak orang yang melakukan pemasaran. Penjualan langsung Berjenjang syariah harus memenuhi hal-hal sebagai berikut: sistem distribusi pendapatan haruslah dilakukan secara profesional dan seimbang, apresiasi distributor haruslah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, penetapan harga walaupun keuntungan (komisi dan bonus) yang akan diberikan kepada para anggota berasal dari keuntungan penjualan barang, bukan berarti harga barang yang dipasarkan harus tinggi dan jenis produk yang ditawarkan haruslah produk yang benar-benar terjamin kehalalan dan kesuciannya sehingga kaum muslimin merasa aman untuk menggunakan atau mengkonsumsi produk yang dipasarkan.

Pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa terkait MLM, yaitu fatwa No 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah mulai dari pengertian, dan ketentuan-ketentuan yang menjadikan diperbolehkannya praktek MLM tersebut. Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai berikut: 1) Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.; 2) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.; 3) Komisi yang jelas.

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. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Berbeda dengan para pembisnis umum, bagi seorang mukmin, kewajiban analisis tidak terbatas pada seberapa besar peluang yang tercipta dalam dunia MLM. atau seberapa efektif dan efisien pola pemasaran MLM yang murni berbasis kajian ekonomi dan bisnis. Lebih dari itu, pertanyaan mengenai kesesuaian MLM dengan aturan dan norma bisnis Islami, harus pula mendapatkan jawaban pasti. Bahkan, harus dijadikan prioritas utama. Sebab menurut ajaran Islam, nilai ekonomi tidak hanya dilihat dari hasil. Akan tetapi, yang menjadi standar utama adalah bagaimana proses pencapaian hasil ekonomi tersebut jika prosesnya melabrak syariat Islam, maka betapa pun high profit dan high infect, ia wajib ditinggalkan. Sebaliknya, sebuah unit usaha yang prosesnya sejalan dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009; Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), (Dewan Syariah Nasional-MUI, Jakarta, 2009). syariat, sekalipun low profit, ia patut dipertimbangkan. Idealnya memang, memilih jenis usaha yang prosesnya sejalan dengan syariat dan memberi peluang hasil yang mengiurkan. Tidak dipungkiri, MLM merupakan satu dari sekian jenis usaha yang belakangan ini banyak menarik perhatian kaum muslimin. Bukan hanya dari kalangan masyarakat awam tetapi juga aktifis pergerakan, bahkan hingga tokoh masyarakat dan agama. Sebabnya, disamping karena MLM dianggap barang baru yang belum ditemukan padanannya pada praktik bisnis zaman dahulu, juga karena beberapa hal dalam aplikasinya yang masih samar bagi sebagian kaum muslimin. Olehnya, dibutuhkan analisis syar'i mendalam serta pengalaman lapangan yang sifatnya nyata demi menentukan status hukum MLM. Banyak ditentukan dari uraian mereka yang menolak MLM, analisa-analisa yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Dan ini bukan hal kebetulan. Karena kebanyakan mereka, hanya bersandar pada berita "katanya" yang beredar dari mulut ke mulut dan tidak pernah terlibat langsung dalam system MLM, melihat fakta fakta lapangan, serta berinteraksi langsung dengan para pegiat MLM.

Dalil yang digunakan dalam fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yaitu:

1. Dalil Al-qur'an

a. QS. al-Nisa' [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ...

"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka rela di antaramu ..."

b. QS. al-Ma'idah [5]: 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ...

"Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu ..."

2. Dalil Hadis

a. Hadis Nabi

... الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ خَلًا لَا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذي عن عمرو بن عوف).

"... Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram." (HR. Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf)

3. Kaidah Fikih

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."

الْأَجْرُ عَلَى قَدْرِ الْمَشَقَّةِ.

"Ujrah/kompensasi sesuai dengan tingkat kesulitan (kerja)"¹⁹

¹⁹ <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pedoman-penjualan-langsung-berjenjang-syariah-plbs>
dikutip 29 Mei 2022 Pukul 20.08 Wib.

Beberapa ayat diatas menjelaskan bahwa praktik *Multi Level Marketing* boleh dilakukan apabila mengikuti Pedoman yang telah dikeluarkan fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan langsung Berjenjang Syariah. Ayat-ayat diatas yang menjadi penguat untuk melakukan praktik *Multi Level Marketing*. Fatwa DSN-MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sangat berhubungan sekali dengan *Multi Level Marketing* karena mengeluarkan pedoman mengenai *Multi Level Marketing* dalam masyarakat. Ijtihad yang dilakukan oleh DSN MUI untuk terbitnya sebuah fatwa merupakan ijtihad kolektif (jama'i) yang dilaksanakan oleh Badan Pengurus Harian (BPH) dan para ahli dibidangnya. Ada beberapa alur yang harus dilalui sampai terbitnya fatwa, diantaranya: 1. Permohonan fatwa 2. Diskusi dan istibyan (duduk perkara masalah) terhadap pihak yang meminta fatwa (mustafti) 3. Penyusunan Daftar isian masalah (DIM) 4. Kajian literatur 5. Penyusunan draft fatwa 6. Pengajuan draft fatwa 7. Perbaikan draft fatwa 8. Persetujuan draft fatwa. 9. Pleno pengesahan fatwa 10. Perbaikan dan publikasi fatwa.²⁰

Berdasarkan penelitian ini, terkait fatwa ulama Indonesia yaitu Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang “Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah” Menurut DSN-MUI, Multi Level Marketing dan skema piramida (money game) merupakan sesuatu yang berbeda. Alasannya Multi Level Marketing atau skema piramida tujuan utamanya adalah bonus dan perekrutan anggota baru. Sementara DSN-MUI dalam fatwa terkait Multi Level Marketing memberikan 12 (dua belas) persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan model bisnis Multi level Marketing dalam diksi “Penjualan langsung Berjenjang Syariah”. Penggunaan kata “penjualan” sekaligus merupakan isyarat bahwa Multi Level Marketing adalah kegiatan bisnis produk barang dan jasa bukan hanya sekedar merekrut anggota baru. Metode ijtihad yang digunakan oleh DSN MUI lebih banyak menggunakan metode istishlahi (pertimbangan kemaslahatan) dalam masalah kontemporer yang belum ditemukan baik didalam Al-Qur'an maupun Hadits. Juga mempertimbangkan maqhasid syariah yaitu hifdz al-mal (perlindungan terhadap harta) dan hifdz al-din (perlindungan terhadap agama). DSN MUI tidak memberikan vonis haram kepada praktik bisnis MLM yang sudah berjalan selama ini, namun memberikan solusi, lebih akomodatif dan guidance bagi dunia usaha dan praktisi bisnis MLM yang ingin

²⁰ Zaman, Muhammad Qasim. *The Ulama in The Contemporary Islam-Custodian Of Change*, (New Jersey, Princetown University Press)

menjalankan bisnisnya sesuai prinsip syariah melalui dengan ketentuan memenuhi dua belas persyaratan seperti tercantum dalam fatwanya, DSN MUI ibarat konsultan bisnis syariah.²¹

Fatwa dari regulator pemerintah seperti Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia dan Kementerian Koperasi. Fatwa juga merupakan adaptasi perkembangan zaman dan pemikiran kontemporer yang dilatarbelakangi peristiwa pada waktu tertentu di zamannya. Lahirnya fatwa tentang pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah atau MLM Syariah, yakni fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 dilatarbelakangi adanya permintaan fatwa dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang MLM.

Bisnis Multi Level Marketing Indonesia ini mendatangkan pro dan kontra diantara para ulama sehingga Majelis Ulama Indonesia juga memberikan kepastian hukum terhadap bisnis Multi Level Marketing yang sedang marak ini apakah diperbolehkan atau tidak pada tahun 2009 DSN-MUI kemudian mengeluarkan fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS MLM syariah mulai dari pengertian sampai ketentuan-ketentuan diperbolehkannya MLM tersebut. Namun semua kembali pada praktiknya di lapangan. Secara umum segala jenis usaha itu asalkan tidak menyalahi aturan syariat Islam. Hal ini sejalan dengan kaidah fiqh dikalangan ulama yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهِ

“ hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Legalitas akad dalam fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah pedoman dalam multi level marketing antara lain:

- a. Akad *Ba'i 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 Ujrah* merujuk kepada suubstansi Fatwa No.52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.

²¹ Suhaib, Abdu All-Jabbar, Al Jami al-Shahih li-alSunan wa al-masanid, 33, 70.

- 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*.

Dalam sistem bisnis MLM terdapat dampak positif. Adapun dampak positifnya antara lain; 1) Pengusaha mendapatkan keuntungan lebih dengan penghematan biaya (minimizing cost) seperti biaya promosi atau iklan, dan lainnya. 2) menguntungkan para distributor sebagai *simsar* (makelar/broker/mitra kerja/agen/distributor) yang ingin bekerja secara mandiri dan bebas (Sahlan, 2016). Utomo (2003) menambahkan bahwa terdapat pula dampak negatif yang lebih besar dari pada positifnya. Menurut Dewan Syari'ah Partai Keadilan melalui fatwa No. 02/K/DS-P/VI/11419, diantaranya; munculnya keinginan yang tidak wajar untuk mengantongi target penjualan karena dipicu sistem MLM, suasana tidak mendukung yang terkadang mengarah kepada pola hidup hedonis. Saat acara rapat atau pertemuan bisnis, tak sedikit dari para anggota yang resign dari pekerjaan tetapnya karena ingin mendapatkan keuntungan dalam waktu yang singkat. Sistem ini akan membuat seseorang (mitranya) bersikap materialistis. Sebab, patokan target penjualan dengan iming-iming keuntungan besar akan melupakan tujuan asasinya dalam berbisnis yaitu untuk mendekatkan diri kepada Allah.²²

Keputusan Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

1. Fatwa tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menetapkan:
Pertama Ketentuan umum:²³
 - 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.

²² Cakrawala: Jurnal Studi Islam Volume 13 Nomor 2 Multi Afif, Richa Angkita Mulyawisdawati "Sistem Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau dalam Hukum Ekonomi Syariah".

²³ Ibid., 811.

- b. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak 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 berbentuk badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangan-undangan yang berlaku.
- e. Konsumen adalah pihak pemakai barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkan.
- f. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota atau 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 anggota atau 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 perekrutan/ pendaftaran anggota yang baru/ bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/ kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.
- j. *Excessive Markup* adalah batas margin laba yang berlebihan yang diizinkan dengan hal-hal lain diluar biaya.
- k. *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang terdaftar sebelumnya.

1. Anggota/ *stockist* adalah pengecer/ retailer yang menjual/ memasarkan produk-produk penjualan langsung.²⁴

Belakangan ini di Indonesia semakin banyak muncul perusahaan-perusahaan yang menjual produknya melalui sistem MLM. Karena itu perlu dibahas hukumnya menurut syariat Islam. Semakin banyaknya perusahaan MLM yang berkembang, maka Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada tahun 2009 mengeluarkan fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Dalam fatwa MUI memutuskan beberapa ketentuan yang harus terpenuhi oleh perusahaan MLM., agar dalam sistemnya dapat berjalan sesuai syariah. Ketentuan-ketentuan dalam fatwa No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

2. Kedua Ketentuan Hukum ²⁵

- a. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang dan 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*, *dhahar*, *dzulm* dan *maksiat*. Tidak ada kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
- d. 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.
- e. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
- f. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

²⁴ Dewan Syariah nasional MUI, *Himpunan Fatwa*, 813

²⁵ Ibid, 814.

- g. Pemberian komis atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighbra*.
- h. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
- i. 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.
- j. Setiap mitrausaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.
- k. Tidak melakukan *money game*.²⁶

3. Ketiga Ketentuan Akad:

Akad-akad yang dapat digunakan dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ialah:

- e. Akad *Ba'i Murabahah* merujuk kepada substansi Fatwa No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah* Fatwa No.16/DSN-MUI/ix/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*.
- f. Akad *Wakalah bil Ujrah* merujuk kepada substansi Fatwa No.52/DSN-MUI/III/2006 tentang *Wakalah bil Ujrah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.
- g. Akad *Ju'alah* merujuk kepada substansi Fatwa No.62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.
- h. Akad *Ijarah* merujuk kepada substansi Fatwa No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijarah*.
- i. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI

²⁶ Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan fatwa*, 814

Analisis Fatwa DSN-MUI No.75 DSN/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah berkaitan dengan *Multi Level Marketing*

1. Pendekatan yang digunakan MUI dalam menetapkan Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Pendekatan yang digunakan Fatwa MUI dalam menetapkan Fatwa DSN MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yaitu pendekatan *Manhaj*. Pendekatan *Manhaj* adalah penggunaan metodologi hukum Islam dalam menetapkan suatu fatwa. Pendekatan ini memberikan pedoman dan acuan dalam penetapan hukum Islam menggunakan berbagai metodologi *Istinbath* hukum yang validitasnya diakui oleh para ulama. Langkah tersebut dilakukan MUI agar tidak termasuk kelompok *tafrihi* (melalaikan dan meremehkan kekosongan hukum). Yang tidak mau memberikan jawaban terhadap masalah karena beralasan tidak ada *nash qath'i*, *aqwal* dalam *kutub mu'tabarab*, *af'al*, serta *tasharuffal* ulama terdahulu, pada saat yang sama, MUI juga tidak ingin termasuk ke dalam kelompok *ifrathi* (melampaui batas), yang mudah saja mengeluarkan fatwa dengan *dalih li al hajab* (adanya kebutuhan), *li al maslahah* (adanya kebaikan), atau *li maqashid asy syari'ah* (untuk mewujudkan intisari ajaran agama), tanpa memperhatikan batasan dan patokan. Agar tidak menjadi kelompok yang *tafrihi* dan *ifrathi*, maka MUI melalui Ijtima' Ulama komisi Fatwa se-Indonesia II di Gontor, Ponorogo, di tahun 2006, melahirkan ketetapan mengenai “penyamaan pola pikir dalam masalah keagamaan (*Tsan'iyah al-manhaj*), yang menegaskan beberapa hal, yaitu:²⁷

1. Perbedaan pendapat yang terjadi di kalangan umat Islam merupakan suatu yang wajar, sebagai konsekuensi dari pranata “ijtihad” yang memungkinkan terjadi perbedaan.
2. Sikap yang merasa hanya pendapatnya sendiri yang paling benar, serta cenderung menyalahkan pendapat lain dan menolak dialog, merupakan sikap yang bertentangan dengan prinsip toleransi (*at-tasamuh*) dan sikap tersebut merupakan *ananiyyah* (egoisme) dan *ashabiyyah hizbiyyah* (fanatisme kelompok)

²⁷ “Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se Indonesia II Tahun 2006” dalam Himpunan Fatwa MUI sejak 1975 (*Edisi Terbaru*), hal, 1075.

- yang berpotensi saling mengakibatkan saling permusuhan (*al-'adawah*), pertentangan (*at-tanaẓu'*) dan perpecahan (*al-insyiqaq*).
3. Dimungkinkan perbedaan pendapat di kalangan umat Islam harus tidak diartikan sebagai kebebasan tanpa batas (*bi la hudud wa bi la dhawabith*).
 4. Perbedaan yang dapat ditoleransi adalah perbedaan yang berada di dalam *majal al-ikhtilaf* (wilayah perbedaan), sedangkan perbedaan yang berada di luar *majal al-ikhtilaf* tidak dikategorikan sebagai perbedaan, melainkan sebagai penyimpangan, seperti munculnya perbedaan terhadap masalah yang sudah jelas pasti (*ma'lum min ad-din bi adh-dharurah*).
 5. Dalam menyikapi maslaah-masalah perbedaan yang masuk dalam *majal al-ikhtilaf* sebaiknya diupayakan dengan jalan mencari titik temu untuk keluar dari perbedaan (*al-khuruj min al-khilaf*) dan semaksimal mungkin menemukan persamaan.
 6. *majal al-ikhtilaf* adalah suatu wilayah pemikiran yang masih berada dalam koridor *ma'ana alayhi wa ashabhi*, yaitu paham keagamaan Ahlus Sunnah Wal Jamaah dalam pengertian yang lurus.

Bukti dalam fatwa yang dikeluarkan oleh DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah menggunakan pendekatan manhaji yaitu mempertimbangkan keenam ketentuan diatas. Sekalipun keenam ketentuan tersebut ditetapkan dalam Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia, namun selanjutnya menjadi landasan utama bagi komisi fatwa MUI Pusat ketika menetapkan fatwa. Fatwa-fatwa MUI yang masih berada dalam *majal al-ikhtilaf* dianggap sebagai fatwa yang bersifat fakultatif dan pilihan (ikhtiyari). Namun, fatwa-fatwa MUI yang terkait dengan masalah pokok keimanan dan keimanan dianggap sebagai fatwa yang bersifat memaksa (Ijbari) yang ditetapkan dengan pendekatan nash qath'i, sehingga perbedaan apapun yang berada diluar *maal al-ikhtilaf* tersebut tidak dikategorikan sebagai perbedaan, tetapi suatu penyimpangan. Contoh jenis fatwa yang bersifat ijbari, misalnya, Fatwa tentang al-Qiyadah al-Islamiah, Ahmadiyah, dan seluruh paham/aliran keagamaan yang bertentangan dengan hal yang sudah jelas pasti (*ma'lum min ad din bi adh-dharurah*). Dalam hal ini, DR. (HC) K.H Ma'ruf Amin menegaskan, "perbedaan toleransi, penyimpangan diamputasi".²⁸

²⁸ Sholeh, Asrorun Niam. *Metodologi Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016). hlm.132.

Keenam ketentuan yang harus dipegang oleh MUI dalam menetapkan fatwa diatas juga mengamanatkan agar sedapat mungkin mencari jalan kompromi dengan metode al-jam'u wa at-tawfiq (kompromi dan penyesuaian), sekalipun masalah tersebut masih dalam majal al-ikhtilaf. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam ushul fikih yang mengatakan (al-khuruj min al-khilaf mustahabbun, keluar dari perbedaan adalah disukai). Pendekatan Manhaji merupakan suatu pendekatan yang cukup populer di Negara Indonesia. Dalam proses penetapan fatwa, bukan MUI saja yang menggunakan pendekatan tersebut, melainkan juga digunakan oleh Majelis Tarjih Muhammadiyah dan juga dipakai oleh lembaga Bahtsul masail NU juga menggunakan pendekatan tersebut dalam berijtihad atau menetapkan fatwa.

2. Validitas Dalil yang Digunakan MUI dalam menetapkan Fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI /VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

Fatwa-fatwa MUI, sebagaimana fatwa pada umumnya, ditetapkan berdasarkan keterangan Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas. Keempatnya merupakan sumber dan dalil hukum syariah yang disepakati oleh jumhur ulama. Sedangkan sumber lain, seperti *istihsan*, *istislah*, *sadadz-dzari'ah* diperselisihkan oleh para ulama mengenai validitasnya sebagai dalil hukum.²⁹ Jumhur ulama menyepakati validitas Al-Qur'an, hadis, ijma' dan qiyas sebagai sumber-sumber hukum syariah, berdasarkan firman Allah di dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 59, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ ۚ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

Artinya Wabai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

²⁹ Sholeh, Asrorun Niam. *Metodologi Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016). hlm.123.

Alasan Kebolehan untuk berjihad juga diperkuat keterangan hadis yang diriwayatkan oleh Mu'adz ibn Jabal ketika diutus oleh Rasulullah untuk menjadi *Qadhi* di yaman. Rasulullah bertanya kepada Mu'adz apa yang dilakukannya dalam berhukum jika ia tidak menemukan dalil *naqli* dari Al-Qur'an maupun sunnah, maka Mu'adz menjawab bahwa ia akan berjihad dengan akalanya, dan Rasulullah pun menyetujuinya.³⁰ Al-Qur'an, hadis, dan ijma' sebagai sumber hukum yang berdiri sendiri karena tidak membutuhkan pihak lain dalam menetapkan suatu hukum. Sedangkan qiyas tidak dianggap sebagai sumber hukum yang berdiri sendiri karena membutuhkan analog hukum yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan hadis, dengan menggali dan mencocokkan *'illah* (sebab) pada hukum asal. Dengan demikian, sebagai dalil qiyas tidak independen, namun terikat dengan *'illah* yang terdapat dalam nas Al-Qur'an maupun hadis.

3. Relevansi Fatwa MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah dengan kebutuhan masyarakat.

Fatwa yang dikeluarkan oleh MUI No.75 DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah bertujuan untuk memberikan pedoman tentang praktik Multi Level marketing yang harus dilakukan oleh masyarakat. Dengan mencermati dan menaati berbagai ketentuan Penjualan Langsung Berjenjang syariah yang telah diatur oleh pemerintah dan DSN-MUI bisa terhindar dari bisnis Penjualan langsung Berjenjang berkedok *money game*, sehingga kegiatan perniagaan bisa memberikan manfaat untuk masyarakat. Kemunculan Fatwa DSN-MUI tentang pemasaran berjenjang syariah memiliki persoalan yang berkaitan langsung dengan persoalan-persoalan pemasaran yang dipraktikkan oleh masyarakat dalam menjual barang dan produk jasa. Dalam perjalanannya, perkembangan pemasaran tersebut dilaksanakan dengan inovasi dan pola sistem, dan metode yang bervariasi dan beragam macam akad, dan kreasi pemasaran yang kadang kala bisa berpotensi merugikan masyarakat. Pertumbuhan dan perkembangan serta inovasi dan kemajuan dalam pemasaran dewasa ini, banyak sekali ditemukan persoalan, maka tidak heran kemudian dalam pemasaran tersebut terjadi multi akad dan gaya pemasaran sensual

³⁰ Sholeh, Asrorun Niam. *Metodologi Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016). hlm.124.

dan sensasional yang bisa memunculkan daya tarik yang luar biasa yang menyebabkan orang bisa lalai terhadap kewajibannya demi untuk melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka untuk memperoleh semacam bonus atau komisi yang dijanjikan (ighra'). Dengan banyaknya praktik Multi Level Marketing di masyarakat yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat maka fatwa MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah hadir untuk menjawab dan menjelaskan tentang praktik MLM yang sesuai ketentuan syariah.³¹

Dalam kasus bisnis Multi Level Marketing misalnya, DSN-MUI langsung memberikan fatwa. Fatwa tersebut merupakan respon terkait hal-hal yang harus dilakukan dan harus dihindari sebagaimana tercantum dalam fatwa DSN MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini tidak secara tiba-tiba muncul, namun melalui pertimbangan-pertimbangan. DSN mempertimbangkan bahwa metode penjualan barang dan produk jasa dengan menggunakan jenjang pemasaran (Network marketing) atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya Multi Level Marketing (MLM) telah dipraktikkan oleh masyarakat, telah berkembang sedemikian rupa dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Adapun pertimbangan lainnya bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa menggunakan MLM dapat berpotensi merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan. Dari pertimbangan-pertimbangan tersebut lalu muncul fatwa tentang panduan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.³²

Fatwa semacam ini tentunya akan memberikan pengaruh positif khususnya kepada masyarakat muslim. Dengan adanya panduan dan fatwa DSN-MUI, maka akan timbul keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Tidak ada lagi keraguan terhadap status hukum bisnis atau transaksi yang akan dilakukan. Fatwa tersebut juga akan mempengaruhi umat Islam untuk lebih berhati-hati dalam memilih bisnis, menghindari riba, gharar, dan maysir. DSN MUI hadir dan telah memberikan sumbangsih positif terhadap tata kelola sistem hukum ekonomi syariah. Fatwanya menjadi bagian penting dalam sistem hukum Negara kesatuan Republik Indonesia, seperti adanya UU Nomor 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Indonesia

³¹ Rohimin, "Network Marketing: Analisis Terhadap Pemasaran Jejaring Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah". *Jurnal Al-Intaj*. Vol 2, No. 2, September 2016. hlm. 98

³² Muzakki, Ahamd, "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)". *Jurnal Asy-Syari'ah*. Vol.6 No, 2020. Hlm 119.

dan UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. Sebelumnya terbitnya UU tersebut, Bank Indonesia telah menjadikan fatwa DSN-MUI sebagai rujukan utama dalam masalah perbankan syariah. DSN-MUI telah menjadi salah satu penopang utamanya berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia dan senantiasa mendorong pertumbuhan ekonomi dan lembaga keuangan syariah secara nasional. Oleh karena itulah, dapat dikatakan bahwa DSN-MUI memiliki peran yang sangat penting dan telah memiliki kekuatan hukum yang cukup memadai dalam menjalankan tugasnya. Fatwa DSN-MUI dalam persoalan-persoalan ekonomi, termasuk didalamnya tentang masalah Multi Level Marketing akan menjadi acuan dan pedoman dalam menjalankan kegiatan ekonomi berlandaskan syariah.³³ Contoh bisnis di aplikasi paytren dan HPAI Indonesia sudah mengikuti ketentuan dalam fatwa DSN-MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan langsung Berjenjang Syariah mengenai pedoman dalam praktik Multi Level Marketing. Tetapi, ada juga bisnis Multi Level Marketing yang tidak mengikuti pedoman dalam fatwa tersebut.

Kesimpulan

Analisis dalam fatwa MUI No.75/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah dikeluarkan oleh DSN-MUI yaitu untuk memberikan pedoman kepada masyarakat mengenai praktik *Multi Level Marketing* yang seharusnya dilakukan. Ada beberapa pertimbangan untuk menetapkan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUIVII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah merupakan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk memberikan pedoman dalam Penjualan langsung Berjenjang Syariah. Hal ini dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dengan menimbang beberapa hal:

- a. Bahwa metode penjualan barang dan produk jasa menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*) atau pola penjualan berjenjang termasuk didalamnya *Multi Level Marketing* (MLM) telah dipraktikkan masyarakat.
- b. Bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir **a** telah berkembang sedemikian rupa dengan dengan inovasi dan pola yang beragam, namun belum dapat dipastikan kesesuaiannya dengan prinsip syariah

³³ Muzakki, Ahamd, "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah). *Jurnal Asy-Syariah*. Vol.6 No, 2020. Hlm 120

- c. Bahwa praktik penjualan barang dan produk jasa seperti tersebut pada butir a berpotensi merugikan masyarakat dan mengandung hal-hal yang diharamkan
- d. Bahwa agar mendapatkan pedoman syariah yang jelas mengenai praktik penjualan langsung berjenjang syariah (PLBS). DSN-MUI perlu menetapkan fatwa tentang PLBS.

pada tahun 2009 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa terkait MLM, yaitu fatwa No. 75 DSN-MUI/VII/2009 tentang penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjelaskan tentang PLBS atau MLM Syariah mulai dari pengertian, dan ketentuan-ketentuan yang menjadikan diperbolehkannya praktik MLM tersebut. Fatwa ini memberikan pedoman tentang Praktik *Multi Level Marketing* pada masyarakat. *Multi level Marketing* boleh dilakukan apabila memenuhi ketentuan umum yang 12 dalam fatwa DSN-MUI No.75 DSN-MUI No75/VII/2009 tentang pedoman penjualan langsung berjenjang syariah.

Referensi

- “Keputusan Ijtima’ Ulama Komisi Fatwa se Indonesia II Tahun 2006” dalam Himpunan Fatwa MUI sejak 1975 (*Edisi Terbaru*). hlm. 1075.
- Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, (*Multi Level Marketing* Perspektif Ekonomi Islam) *FALAH Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1 (Februari, 2016), 30.
- Andreas Harefa. *10 Kiat Sukses Distributor MLM, Belajar dari Amway, CNI dan Herbalife*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1999. Hlm.12.
- Bahauddin, Moh. “*Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Asas, Vol 3 No.1, 2011.
- Cakrawala: Jurnal Studi Islam Volume 13 Nomor 2 Multi Afif, Richa Angkita Mulyawisdawati “*Sistem Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau dalam Hukum Ekonomi Syariah*”.
- Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2014), 806
- Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa*, 809
- Dewan Syariah nasional MUI, *Himpunan Fatwa*, 813

Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan fatwa*, 814

DSN MUI, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Jakarta: DSN MUI-Bank Indonesia, Cet I, 2010.

Gayo, Ahyar Ari & Ade Irawan Taufik, “ Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Dalam Mendorong Perkembangan Bisnis Perbankan Syariah (Perspektif Hukum Perbankan Syariah) Jurnal Recht Vinding, Media Pembinaan Hukum Nasional Vol 1 No.2 (2012).

Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman. *Bisnis & Muamalah Kontemporer*. Bogor:Al Azhar Freshzone Publising, 2015. hlm. 116.

Kementrian Agama RI, *Qur'an Hafalan dan Terjemahan*, (Jakarta: almahira Cet 1, 2015) hlm, 553.

Kholid Syamhudi. *Siapa Bilang MLM Multi Level Marketing Haram?*. Bogor: Pustaka Darul Ilmi, 2010. hlm, 27.

Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*. (Jakarta: Qultum Media, 2005), 103.

Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. Jakarta:Qultum Media, 2005, hlm 102.

Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. (Jakarta: Erlangga, 2012), 67.

Muzakki, Ahamd, “*Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)*. *Jurnal Asy-Syari'ah*. Vol.6 No, 2020. hlm 119 dan 120.

Nat, Peter JvanderandWilliamKeep.”Marketing Fraud: An Approach for Differentiating Multi Level Marketing from pyramid Schemes in the united States-An Historical Anakysis”. Juornal of Historical Research and Marketing, Vol 6 Issue 2, 2014.

Pedrood, Nastaran & Hadi Ahmad & Hussein A Charafeddine. “Systematic Profitability Analysis of Binary Networking Marketing Organizations”. Direct Marketing An International Juornal, Vol 2 Issue, 2014.

R.Poppy Yaniawati. *Penyamaan Persepsi Penelitian Studi Kepustakaan* di Lingkungan Dosen FKIP UNPAS, 14 April 2020

- Rivai, Veitzal..*Islamic Marketing: Membangun Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah SWT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Rohimin, ”*Network Marketing: Analisis Terhadap Pemasaran Jejaring Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah*”. *Jurnal Al-Intaj*. Vol 2, No. 2, September 2016. hlm. 98
- Sholeh, Asrorun Niam. *Metodologi Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2016). hlm.132 dan 133.
- Sofwan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*. (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), 89
- Sofwan jauhari, *Op. Cit*, hlm, 51-54.
- Suhaib, Abdu All-Jabbar, *Al Jami al-Shahih li-alSunan wa al-masanid*, 33, 70.
- Zaman, Muhammad Qasim. *The Ulama in The Contemporary Islam-Custodian Of Change*, (New Jersey, Princetown University Press)