

**KESESUAIAN MULTI LEVEL MARKETING DENGAN PRINSIP
SYARIAH: KAJIAN TERHADAP ASPEK ETIS DAN LEGALITAS
MENURUT FATWA DSN-MUI NO. 75/2009**

**Ahmad Sauqi Farhan Abror¹, Muhammad Habib Nasrullah²,
Agus Eko Sujianto³, Zulfatun Ni'mah⁴**

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung^{1,2,3,4}

Email: farhanitrateprerajulitation@gmail.com¹, habibnasrulloh960@gmail.com²,
agusekosujianto@gmail.com³, zulfa_ma@yahoo.com⁴

Abstrak

Multi Level Marketing (MLM) merupakan sebuah inovasi pemasaran yang sering menghasilkan kontroversi. Sebagian ulama berpendapat bahwa sistem ini boleh menurut Syariah, sementara yang lain menyoroti risiko keuangan dan masalah etika transaksi, seperti kejujuran, keadilan, dan kehati-hatian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Praktik MLM dalam konteks hukum ekonomi Islam dan etika transaksi, bermaksud memberikan perspektif yang berimbang mengenai kebolehan dan etika implikasi MLM dalam Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur. Data dikumpulkan dari literatur ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, dan fatwa para ulama terkait MLM. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis konten, mengkaji teks-teks yang relevan tentang MLM. Sumber triangulasi digunakan untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. MLM melibatkan penjualan produk melalui jaringan distributor yang memperoleh penghasilan komisi dari penjualan langsung dan penjualan yang dilakukan oleh anggota yang direkrut. Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 menyatakan bahwa MLM diperbolehkan jika produknya dijual menguntungkan, transaksi dilakukan secara transparan tanpa penipuan, komisi didasarkan pada penjualan produk, dan sistem rekrutmen tidak merugikan anggota baru.

Kata Kunci: Multi Level Marketing; Fatwa MUI

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 analyse 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

Keywords: *Multi Level Marketing, Fatwa MUI*

PENDAHULUAN

Multi level marketing (MLM) atau penjualan langsung berjenjang merupakan salah satu sistem penjualan barang atau jasa yang berkembang pesat di Indonesia sebagai inovasi penjualan agar mampu menumbuhkan kenaikan ekonomi secara signifikan. Sistem penjualan ini memungkinkan para distributor untuk memperoleh keuntungan tidak hanya dari penjualan langsung, tetapi hasil dari penjualan yang dilakukan oleh anggota yang telah bergabung dengan jaringan MLM. Mulai awal terkenalnya sistem penjualan ini telah menarik minat banyak masyarakat, baik konsumen maupun pelaku bisnis karena menawarkan potensi penghasilan yang besar dengan modal yang relative kecil.

Namun dalam praktiknya, MLM seringkali menimbulkan kontroversi dan perdebatan. Terutama dalam pandangan hukum ekonomi Syariah karena didalamnya masih dinilai adanya unsur riba, gharar dan maysir. Dari pandangan etis, seperti skema piramida yang menguntungkan anggota yang lebih dulu bergabung dan merugikan anggota yang bergabung setelahnya menjadi srotan yang tajam. Efeknya, berimbas pada banyaknya perusahaan MLM yang dicurigai melakukan penipuan dan merugikan anggotanya. Kontroversi ini menciptakan keraguan di kalangan umat islam tentang status hukum MLM apakah halal atau haram.

Sebagai otoritas tertinggi dalam hal kepatuhan syariah di sektor ekonomi dan keuangan, untuk menjawab kegelisahan dan memberikan kepastian hukum bagi umat islam di Indonesia, Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjadi pedoman penting untuk membedakan antara praktik MLM yang sah secara syariah dan yang tidak. Fatwa ini memberikan rambu-rambu yang jelas terkait kriteria, etika, dan legalitas operasional MLM agar sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Kajian Teori

Dalam fikih, istilah transaksi atau akad berakar dari kata *al-'aqdu*. Secara etimologis, konsep ini mencakup berbagai makna, seperti *as-syaddu* (penguatan), *ar-rabthu* (pengikatan), *al-hillu* (pelepasan), *at-taukid* (penegasan), *ad-dhaman* (penjaminan), serta *al-'ahdu* (perjanjian) (Manzur, t.t.). Dalam kaidah kebahasaan Arab, istilah yang merujuk pada transaksi sehari-hari biasa disebut mu'amalah, sedangkan bentuk formal dari perikatan atau kontrak dikenal sebagai al-'aqdu.

Mu'amalah sendiri merupakan bagian dari hukum Islam yang mengatur hubungan dan aktivitas pertukaran antarmanusia, dengan fondasi utama yang berpijak pada prinsip akad. Para ulama fikih menjelaskan bahwa al-'aqdu merupakan *ikatan maknawi*, yaitu hubungan yang terbentuk melalui pernyataan

atau ungkapan yang disepakati oleh kedua belah pihak. Ikatan ini menjadi landasan dalam menentukan keabsahan suatu transaksi serta menetapkan hak dan kewajiban para pihak dalam praktik mu'amalah (Al-Qurahdaghi, 1985).

Transaksi dalam Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah (Ayu, Muhammad Wahyuddin Abdullah, & Isnin Rofiah Zulhikam Akhmad, 2024) yang menekankan nilai keadilan, keterbukaan, serta tercapainya kemaslahatan sosial. Dalam pelaksanaannya, syariah menetapkan sejumlah batasan, seperti larangan terhadap riba (bunga), gharar (ketidakjelasan atau ketidakpastian), dan maysir (unsur perjudian) (Hartini, Fasa, & Suharto, 2022). Selain larangan tersebut, Islam juga menekankan bahwa setiap transaksi harus terbebas dari praktik yang berpotensi menimbulkan ketidakadilan maupun eksploitasi. Landasan utama dari ketentuan ini adalah untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban dalam interaksi ekonomi, sehingga para pihak yang terlibat memperoleh manfaat yang proporsional tanpa adanya unsur penindasan atau ketidakadilan.

Dalam perspektif syariat, setiap bentuk transaksi harus berlangsung selaras dengan prinsip keadilan, transparansi, serta kemaslahatan bagi seluruh pihak. Islam mengenal berbagai model akad, seperti *mudharabah* (kerja sama pengelolaan modal), *murabahah* (jual beli dengan tambahan keuntungan yang disepakati), dan *ijarah* (akad sewa), yang keseluruhannya ditujukan untuk mewujudkan transaksi yang adil dan beretika. Pada akad *mudharabah*, misalnya, pemilik modal menyerahkan dana kepada pengelola usaha, kemudian keuntungan dibagi sesuai perjanjian; dengan demikian, risiko maupun hasil usaha dipikul bersama secara proporsional dan tidak merugikan salah satu pihak.

Transaksi dalam Islam tidak hanya berbeda dari segi istilah, akan tetapi juga memiliki landasan filosofis dan tujuan yang khas. Setiap aktivitas muamalah diarahkan untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah yang menjunjung keadilan, keterbukaan, serta kemaslahatan bersama. Penekanan pada nilai keadilan, transparansi, dan kesejahteraan sosial menjadi fondasi utama untuk memberikan nilai positif yang bagus, sehingga setiap transaksi diharapkan memberikan manfaat tersendiri dan keberkahan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Suatu transaksi dalam kegiatan ekonomi dianggap sah menurut Islam apabila memenuhi beberapa syarat pokok. Pertama, harus terdapat *ijab* sebagai pernyataan penawaran dan *qabul* sebagai bentuk persetujuan dari pihak lain. Kedua, para pihak yang terlibat harus memiliki kecakapan hukum (*ahliyyah at-tasharruf*) sehingga tindakan mereka dapat dipertanggungjawabkan. Ketiga, transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan (*at-taradhi*), yakni bebas dari unsur paksaan, penipuan, maupun ketidakjelasan. Prinsip kerelaan ini bertujuan memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan akibat informasi yang tidak jelas atau tersembunyi (Zikwan, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan mengumpulkan data dari berbagai sumber termasuk fatwa ulama, literatur Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang posisi hukum 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.
- 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 Pyramid." *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>.