

REGULASI PRAKTIK DAN DINAMIKA MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DALAM HUKUM ISLAM

Yulies Tien Masriani¹, Budi Prasetyo²

Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Email: yulies-tm@untagsmg.ac.id; budiprasetyo@untagsmg.ac.id

ABSTRACT

Multilevel Marketing (MLM) has been rapidly growing in Indonesia, with around 1,500 companies operating in the sector. MLM utilizes a tiered distribution network where customers also act as sales representatives. Although MLM contributes to the economy, illegal practices often pose significant issues. This study aims to analyze MLM practices from an Islamic legal perspective, assessing their alignment with the principles of justice, balance, and ease within Islamic law. The research findings indicate that MLM is a tiered marketing system involving consumers as direct distributors. This system allows individuals to earn income through product sales and commissions from recruiting new distributors. Advantages of MLM include reduced distribution and promotional costs, while challenges involve risks related to pyramid structures and distributor success. As a form of entrepreneurship, MLM plays a crucial role in reducing unemployment and poverty. Despite government and private sector support for independent business development, challenges such as limited capital and knowledge persist. MLM provides flexibility and additional opportunities for students and others seeking extra income. In Indonesia, MLM is often deemed illegal due to its resemblance to pyramid schemes, which emphasize recruiting new members over selling products. The government has implemented strict regulations to protect consumers and prevent fraudulent practices, including the Consumer Protection Law, the Financial Services Authority, and Trade Minister Regulations. Under Islamic law, MLM is permitted if it meets Sharia requirements: transactions must be transparent, free from coercion, with halal products and fair prices. MLM is considered valid if its products and bonus systems do not violate Sharia principles such as riba (interest), gharar (excessive uncertainty), and zulm (injustice). Fatwas from the Indonesian Ulema Council (MUI) and Sharia regulations provide guidelines to ensure that MLM practices align with Islamic principles.

Keywords: Business; Law; Islam; Multilevel Marketing; Regulation; Sharia

Abstrak

Pemasaran Bertingkat (MLM) telah berkembang pesat di Indonesia, dengan sekitar 1.500 perusahaan yang beroperasi di sektor ini. MLM memanfaatkan jaringan distribusi berjenjang di mana pelanggan juga bertindak sebagai tenaga penjual. Meskipun MLM berkontribusi terhadap perekonomian, praktik ilegal sering menimbulkan masalah yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik MLM dari perspektif hukum Islam, menilai keselarasannya dengan prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemudahan dalam hukum Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa MLM adalah sistem pemasaran berjenjang yang melibatkan konsumen sebagai distributor langsung. Sistem ini memungkinkan individu memperoleh penghasilan melalui penjualan produk dan komisi dari perekutan distributor baru. Keuntungan MLM meliputi pengurangan biaya distribusi dan promosi, sementara tantangannya melibatkan risiko yang terkait dengan struktur piramida dan keberhasilan distributor. Sebagai bentuk kewirausahaan, MLM memainkan peran penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Meskipun pemerintah dan sektor swasta mendukung pengembangan bisnis independen,

tantangan seperti keterbatasan modal dan pengetahuan tetap ada. MLM memberikan fleksibilitas dan peluang tambahan bagi mahasiswa dan orang lain yang mencari penghasilan tambahan. Di Indonesia, MLM sering dianggap ilegal karena kemiripannya dengan skema piramida, yang menekankan perekutran anggota baru daripada menjual produk. Pemerintah telah menerapkan peraturan ketat untuk melindungi konsumen dan mencegah praktik penipuan, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Otoritas Jasa Keuangan, dan Peraturan Menteri Perdagangan. Berdasarkan hukum Islam, MLM diizinkan jika memenuhi persyaratan Syariah: transaksi harus transparan, bebas dari paksaan, dengan produk halal dan harga yang wajar. MLM dianggap sah jika produk dan sistem bonusnya tidak melanggar prinsip-prinsip Syariah seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian yang berlebihan), dan zhulm (ketidakadilan). Fatwa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan peraturan Syariah memberikan pedoman untuk memastikan bahwa praktik MLM selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Kata Kunci: Bisnis; Hukum; Islam; Pemasaran Bertingkat; Regulasi; Syariah

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan bagian penting dari kegiatan ekonomi yang berperan vital dalam memenuhi kebutuhan manusia dan membangun relasi sosial. Salah satu pola bisnis yang berkembang pesat adalah MLM (Multilevel Marketing), yang berbeda dari bisnis konvensional karena mengandalkan jaringan orang-orang independen untuk memasarkan produk. Saat ini, bisnis MLM telah berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, yang memiliki sekitar 1.500 perusahaan MLM.[1, p. 69] Meskipun memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional, bisnis MLM seringkali kurang diapresiasi karena adanya praktik ilegal yang merugikan banyak orang.

Multilevel marketing (MLM) adalah bentuk pemasaran yang dilakukan melalui banyak tingkatan atau jaringan distribusi berjenjang. Dalam bisnis MLM, para pelanggan juga berperan sebagai tenaga pemasaran yang disebut upline dan downline. MLM juga dikenal sebagai penjualan langsung, karena penjualan dilakukan langsung oleh tenaga penjual kepada pelanggan tanpa melalui perantara seperti toko swalayan atau supermarket. Di Indonesia, penjualan langsung termasuk MLM diatur oleh Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).[1, p. 70] Terdapat perbedaan mendasar antara direct selling (penjualan langsung) dan MLM. Direct selling adalah kegiatan menjual produk secara langsung kepada konsumen, dengan penjelasan, presentasi, dan demonstrasi produk, sedangkan MLM memanfaatkan konsumen sebagai penyalur langsung sekaligus konsumen dengan menggunakan beberapa tingkatan dalam sistem pemasaran.

Bisnis MLM merupakan metode bisnis alternatif yang berkaitan dengan pemasaran dan distribusi melalui banyak tingkatan. Hal ini memungkinkan bisnis MLM untuk bergerak secara vertikal, horizontal, atau kombinasi dari keduanya. Dalam bisnis MLM, biaya distribusi sangat minim bahkan bisa nol karena promosi dan distribusi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang. Bisnis MLM menggabungkan pemasaran langsung dengan waralaba dan berfungsi untuk merekrut penjual untuk menjual suatu produk dan menawarkan komisi penjualan tambahan berdasarkan penjualan orang-orang yang direkrut oleh penjual sebagai jaringan downline.[1, p. 71] Jaringan downline ini terdiri dari pembeli yang direkrut secara langsung oleh penjual (frontline) dan mereka yang direkrut oleh orang-orang yang direkrut sebelumnya.

Sistem MLM bertujuan untuk membangun sebuah jaringan distribusi dan pemasaran yang mandiri, dengan menghilangkan perantara dalam proses pemasaran barang konsumsi dan produksi. Produk atas jasa dalam MLM ditawarkan secara langsung melalui

interaksi satu per satu, di mana tenaga penjual juga berperan sebagai konsumen dan distributor dalam penjualan langsung (direct selling).[2, pp. 3–4] Tugas utama distributor dalam bisnis MLM ini cukup sederhana yaitu dengan menjual produk secara langsung kepada konsumen dan melakukan proses rekrutmen anggota baru yang bersedia memasarkan produk perusahaan.[3, p. 4] Keberhasilan dalam sistem bisnis MLM bergantung pada kerja keras para distributor dan upaya menjaga sistem hubungan relasi yang terjalin antara distributor dan target pasar perusahaan sehingga dapat melakukan proses rekrutmen yang serupa, sehingga dapat membangun jaringan yang luas. Kunci utama dari pergerakan bisnis MLM adalah kemampuan untuk merekrut dan mempertahankan anggota baru, serta menjadikan anggota baru sebagai prioritas utama bagi perusahaan dan distributor.[4, p. 109]

Perkembangan Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang signifikan selama beberapa dekade terakhir. Sejak pertama kali diperkenalkan di Indonesia, MLM telah menjadi salah satu model bisnis yang populer, terutama karena janji keuntungan yang besar dan kesempatan untuk membangun jaringan bisnis yang luas. Pemerintah Indonesia telah memperkenalkan beberapa regulasi untuk mengawasi dan mengatur aktivitas perusahaan MLM, seperti keharusan memiliki izin dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan pengawasan dari Kementerian Perdagangan. Ini membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan MLM yang legal dan sesuai aturan.

Hukum Islam yang dikenal sebagai hukum syariah adalah sistem hukum yang didasarkan pada ajaran agama islam yang mencakup aspek kehidupan, ibadah, hukum keluarga serta bisnis (dagang). Penerapan hukum islam didasarkan pada Al-Quran, Hadist, Ijma dan Qiyas. Tujuan utama penerapan hukum islam adalah untuk mencapai kemaslahatan yang berarti kesejahteraan dan kebaikan bagi umat Islam. Dalam penerapannya, hukum Islam juga harus mempertimbangkan prinsip keadilan (adil), keseimbangan (tawazun), dan kemudahan (taysir). Perkembangan dan keberagaman bisnis MLM telah marak terjadi di masyarakat. Keuntungan yang didapatkan dari bisnis MLM sering kali menggiurkan, namun dalam perspektif hukum islam, apakah praktik bisnis MLM sudah benar menerapkan hukum syariah yang berlaku? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik bisnis MLM melalui perspektif ekonomi Syariah dalam hukum islam yang akan dilakukan dengan melihat kesesuaian dari praktik kegiatan bisnis MLM dengan nilai-nilai dalam hukum islam.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian hukum doktrinal. Biasanya, hanya digunakan sumber data primer, yaitu undang-undang dan peraturan serta putusan pengadilan, dan sumber data sekunder, yaitu artikel, jurnal ilmiah, dan buku yang terkait dengan penelitian.[5, p. 13] Penelitian ini mengacu pada sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah, serta sumber ijtihadiyyah seperti ijma', qiyas, maslahah mursalah, istihsan, urf, dan lain-lain. Pendekatan yang linier ini merupakan suatu keharusan dalam sistem ekonomi syariah yang secara epistemologis, aksilogis, dan ontologis berakar dari kedua sumber tersebut. Hal ini menjadi semakin relevan dalam konteks Indonesia, di mana ada peluang bagi negara untuk mengatur dan mendukung pelaksanaan bisnis syariah.[6] Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan tidak hanya harus integratif, tetapi juga kombinatif dan bahkan komparatif. Selain itu, penelitian ini juga didasarkan pada studi literatur, yaitu beberapa data yang diperoleh dari pencarian karya ilmiah sebelumnya. Penulis mempelajari literatur dan karya ilmiah lain yang terkait dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh dasar teoritis dan hukum yang

relevan dengan pembahasan atau masalah yang sedang diteliti. Soerjono and Abdurrahman, Legal Research Methods (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), 106.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Multi Level Marketing (MLM)

MLM, atau pemasaran berjenjang, adalah sistem pemasaran yang melibatkan masyarakat konsumen dalam kegiatan pemasaran produk. Dalam MLM, konsumen tidak hanya mendapatkan manfaat produk, tetapi juga memiliki kesempatan untuk mendapatkan insentif atau hadiah dari produsen. Sistem ini menguntungkan bagi produsen karena dapat mengurangi biaya distribusi produk. MLM juga menghilangkan peran distributor karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh konsumen dengan sistem berjenjang.[8, p. 2] *Entrepreneurship* berperan penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan di banyak negara, termasuk Indonesia. Pemerintah dan sektor swasta telah membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha mandiri, yang diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru. Pendidikan juga berperan dalam membangun kesadaran dan kreativitas pelajar untuk menciptakan usaha sendiri.[9, p. 2] Namun, kendala seperti masalah keuangan, keterampilan, dan kurangnya pengetahuan tentang *entrepreneurship* membuat sulitnya pertumbuhan usaha mandiri. Meskipun pemerintah telah mengembangkan berbagai program untuk mendorong kewirausahaan, hanya sedikit yang berhasil bertahan dan berkembang.

Dalam menghadapi tantangan ini, sistem bisnis Multilevel Marketing (MLM) muncul sebagai alternatif yang menjanjikan kesuksesan finansial. MLM, yang sudah ada sejak abad ke-19, mulai berkembang di Indonesia seiring dengan meningkatnya minat terhadap kewirausahaan. MLM menggunakan konsumen sebagai distributor langsung, di mana konsumen mendapatkan komisi atas penjualan. Bisnis MLM semakin diminati, terutama oleh mahasiswa, karena fleksibilitasnya yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan pendapatan tanpa mengganggu studi. Selain itu, MLM juga dianggap mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Multilevel Marketing (MLM) adalah metode bisnis yang berfokus pada pemasaran dan distribusi produk melalui penjualan langsung (direct selling) menggunakan jaringan distributor. Dalam MLM, setiap distributor yang merekrut orang baru terkait dengan perhitungan komisi dan bonus. Harga produk yang dibeli oleh konsumen mencakup harga produksi dan komisi yang diberikan kepada distributor karena telah membantu distribusi produk. Sistem ini bertujuan untuk menghemat biaya produksi dan pemasaran, yang kemudian dikonversikan menjadi bonus bagi para distributor.

Penjualan dalam MLM dilakukan langsung oleh distributor, sehingga calon pembeli tidak perlu pergi ke toko. Mereka dapat membeli barang dari rumah, dengan keuntungan tambahan berupa informasi yang lebih mendalam tentang kualitas produk. Namun, perkembangan MLM juga memicu munculnya bisnis serupa yang dikenal sebagai skema piramida (*pyramid schemes*), yang sering menyamar sebagai MLM. Perbedaan utama antara skema piramida dan MLM yang sebenarnya adalah bahwa skema piramida tidak menjual produk nyata dan hanya memberikan komisi berdasarkan jumlah individu baru yang direkrut. Dalam skema piramida, sebagian besar keuntungan diperoleh oleh orang-orang yang memulai skema, sementara sebagian besar peserta lain kehilangan uang ketika tidak ada lagi orang yang bisa direkrut.[9, p. 3] Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) menegaskan bahwa MLM sejati adalah sistem pemasaran langsung yang menggunakan prinsip duplikasi dan multiplikasi, di mana setiap konsumen diharapkan menjadi distributor yang dapat mereplikasi dan memperluas jaringan mereka. Berikut ini perbedaan MLM dengan skema piramida[9, p. 4]:

PERBEDAAN MLM DENGAN SKEMA PRIRAMIDA	MLM	PYRAMID SCHEMES
Konsep	Strategi Marketing	skema penipuan
Konsep Sistem	mempromosikan produk mereka dengan melalui distributor , menawarkan berbagai tingkat kompensasi .	tidak ada produk nyata yang dijual dalam skema piramida
Kompensasi	Distributor akan mendapatkan kompensasi disesuaikan tingkat volume penjualan personal maupun team.	skema piramida hanya didasarkan pada pendaftaran baru
Legitimasi	Legal	Ilegal

Di Indonesia, bisnis MLM telah tumbuh pesat sejak tahun 80-an. Beberapa perusahaan MLM yang populer di Indonesia antara lain CNI, Amway, Avon, dan Tupperware. Namun, akhir-akhir ini, minat masyarakat terhadap MLM nampaknya menurun. Meski demikian, ada beberapa perusahaan MLM yang tengah bangkit dengan mengusung label "syariah" dan sistem transaksi/keuangan syariah. Namun, perlu dipertanyakan apakah perusahaan-perusahaan tersebut benar-benar memenuhi standar syariah.[10, p. 65]

Pemasaran berjenjang (MLM) merupakan salah satu dari tiga macam pemasaran menurut Don Failla, yaitu retail (eceran) dan direct selling (penjualan langsung ke konsumen). MLM adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distribusi, di mana konsumen juga berperan sebagai tenaga pemasaran. Dalam MLM, ada konsep up line dan down line yang mencerminkan hubungan pada dua tingkat yang berbeda, yaitu atas dan bawah. *Up line* adalah orang yang memiliki *down line*, sementara *down line* adalah orang yang memiliki *up line*. Model MLM dapat berbeda antara perusahaan satu dengan yang lainnya, baik dalam istilah maupun dalam bentuk jaringan.

Meskipun MLM memiliki potensi untuk menguntungkan, perlu diingat bahwa tidak semua perusahaan MLM dapat diandalkan. Terutama perusahaan-perusahaan MLM yang mengklaim sebagai perusahaan syariah, perlu dipertanyakan apakah benar-benar memenuhi standar syariah atau tidak.[10, p. 66] Oleh karena itu, sebelum terlibat dalam bisnis MLM, penting untuk melakukan penelitian dan menggali informasi lebih lanjut tentang perusahaan tersebut.

Sistem Multi-Level Marketing (MLM) dapat membantu perusahaan berkembang dengan cepat, karena konsumen yang awalnya tertarik pada produk seringkali tergoda untuk menjadi distributor dan menjual produk tersebut ke orang lain. Ketika konsumen menjadi distributor dan membangun jaringan downline, produk perusahaan semakin dikenal, yang secara tidak langsung memperluas jalur pemasaran.[11, p. 7] Hal ini membuat banyak perusahaan tertarik pada sistem MLM karena prospeknya yang menjanjikan.

Namun, sistem ini juga berisiko menciptakan pola piramid, di mana orang di level atas mendapatkan keuntungan besar, sementara mereka yang di level bawah, terutama yang baru bergabung, mungkin tidak mendapatkan keuntungan atau bahkan mengalami kerugian jika perusahaan tutup. Pola piramid ini berpotensi mengurangi efektivitas sistem pemasaran berjenjang. Menurut Burhanudin,[11, p. 8] strategi MLM memiliki beberapa keunggulan dibandingkan bisnis konvensional, termasuk risiko kerugian finansial yang rendah karena perusahaan menanggung produk yang tidak terjual, biaya promosi yang relatif rendah, dan investasi yang lebih kecil. Keunggulan ini membuat MLM cocok untuk kondisi ekonomi

yang sulit, sehingga perusahaan yang menggunakan strategi ini memiliki prospek yang baik di masa depan.

Meskipun strategi MLM memiliki berbagai keunggulan, namun terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, yakni[11, p. 9]:

1. Pertama, keberhasilan MLM sangat bergantung pada para distributornya. Jika seorang distributor gagal menjual produk atau berhenti membangun jaringan, hal ini bisa membuat sistem MLM menjadi tidak efektif. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus memberikan motivasi, baik secara finansial maupun non-finansial, kepada para distributor.
2. Kedua, kesuksesan bisnis MLM juga dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan. Jika produk tersebut tidak berbeda dengan yang ada di pasaran, maka MLM akan sulit berkembang. Maka, penting bagi perusahaan untuk menawarkan produk yang unik dan hanya tersedia melalui MLM.
3. Ketiga, dukungan infrastruktur juga menjadi faktor penting. Kelemahan dalam sistem MLM seringkali bukan karena pola pemasaran jaringan, tetapi lebih pada dukungan infrastruktur seperti ketersediaan produk yang tidak konsisten, lambatnya penetrasi pasar, saluran distribusi yang rapuh, dan struktur harga yang harus mempertimbangkan kepentingan jaringan yang panjang.

Regulasi Praktik Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia

Indonesia adalah pasar potensial untuk bisnis ritel karena menjangkau konsumen akhir sebagai target utama. Dengan populasi 188 juta dan kelas menengah yang terus berkembang, prospek bisnis ritel di Indonesia sangat menjanjikan. Hal ini menarik minat banyak investor, baik domestik maupun internasional, yang tercermin dari semakin banyaknya bisnis ritel di kota-kota besar, baik formal maupun informal.[12, p. 13] Pemerintah telah menyiapkan berbagai fasilitas untuk melindungi kepentingan masyarakat, termasuk investor domestik, dan memasukkan bisnis ritel ke dalam Daftar Negatif Investasi (DNI) sebagai upaya untuk mengatur perdagangan dalam negeri. Meskipun ada regulasi ini, investor asing tetap berusaha mencari cara untuk masuk ke pasar ritel Indonesia, misalnya melalui bisnis waralaba. Selain itu, bisnis ritel juga semakin diramaikan dengan sistem penjualan langsung atau direct selling melalui Multi Level Marketing (MLM). Sistem ini semakin populer karena dianggap sesuai dengan kondisi pasar Indonesia dan menawarkan potensi keuntungan yang menjanjikan.[12, p. 14] Namun, muncul pro dan kontra mengenai kehadiran sistem ini, baik di kalangan akademis maupun praktisi.

Sebagai negara berkembang dengan potensi pasar besar, Indonesia menjadi sasaran pembangunan industri, yang mengubah hubungan kerja antara produsen dan konsumen. Sebelumnya, peran perantara diisi oleh makelar dan komisioner, tetapi kini digantikan oleh agen dan distributor. Salah satu strategi pemasaran yang berkembang adalah Multi Level Marketing (MLM), di mana penjualan dilakukan oleh jaringan distributor.[13, p. 205] MLM pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1986 oleh PT. Nusantara Sun Chorella, dengan konsep yang awalnya ditemukan pada tahun 1930-an oleh dua profesor dari Universitas Chicago. Bisnis ini mendapat sambutan baik di Indonesia, terutama karena tantangan dari industri 4.0 yang mengakibatkan banyak pekerja kehilangan pekerjaan. MLM menarik karena tidak membutuhkan modal besar, pengalaman kerja, atau pendidikan formal.

Namun, perkembangan industri dan teknologi juga memengaruhi MLM, terutama dalam cara transaksi dan jenis produk yang dijual. Banyak bisnis MLM mengalami kesulitan karena produk yang mereka jual tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan. Di sisi lain, inovasi teknologi telah memungkinkan MLM untuk beradaptasi dengan menjual produk yang lebih umum dan digunakan sehari-hari, serta beralih ke sistem

transaksi online.[13, p. 206] Meskipun MLM menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan, banyak masyarakat Indonesia kurang menyadari risiko yang terlibat. Perlindungan hukum di Indonesia terkait MLM masih lemah, sering kali menyebabkan kerugian bagi anggota.

Multi Level Marketing (MLM) adalah sistem pemasaran yang melibatkan banyak tingkatan distributor, dikenal sebagai upline (tingkat atas) dan downline (tingkat bawah). Upline adalah distributor yang memiliki downline, baik secara vertikal maupun horizontal, sedangkan downline adalah yang berada di bawah upline. Bisnis MLM juga dikenal sebagai direct selling, yaitu metode penjualan barang atau jasa kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh penjual langsung yang menerima komisi dan bonus berdasarkan penjualan.[14, p. 10] MLM memiliki beberapa ciri khas, termasuk adanya banyak tingkatan, rekrutmen anggota baru, penjualan produk, sistem pelatihan, dan komisi untuk setiap tingkatan.

Namun, pemerintah Indonesia telah menyatakan bahwa MLM adalah ilegal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung, MLM dianggap sebagai skema piramida. Skema ini menghasilkan keuntungan bukan dari penjualan produk, tetapi dari biaya partisipasi anggota baru. Karena sifatnya yang merugikan, skema piramida dilarang di Indonesia, dengan ancaman hukuman penjara hingga 10 tahun dan/atau denda maksimal 10 miliar rupiah.[14, p. 11] Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 juga melarang perusahaan yang memiliki izin usaha untuk membentuk jaringan pemasaran dengan skema piramida. Dengan larangan yang jelas ini, penting bagi masyarakat untuk berhati-hati dalam menjalankan aktivitas ekonomi terkait MLM.

Di Indonesia, regulasi praktik MLM (Multi-Level Marketing) diatur oleh beberapa peraturan dan lembaga untuk memastikan bahwa operasionalnya sesuai dengan hukum dan melindungi konsumen. Berikut adalah beberapa aspek regulasi MLM di Indonesia:

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai produk dan layanan, termasuk yang ditawarkan melalui MLM.
2. Otoritas Jasa Keuangan (OJK): OJK mengawasi produk-produk keuangan dan investasi, termasuk yang berhubungan dengan MLM jika ada unsur investasi atau pengumpulan dana dari masyarakat. OJK memastikan bahwa praktik MLM tidak melanggar regulasi pasar modal.
3. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti): Bappebti mengawasi praktik-praktik yang berhubungan dengan perdagangan berjangka, termasuk MLM yang mungkin terkait dengan investasi atau transaksi keuangan. Mereka memastikan bahwa kegiatan MLM tidak melanggar peraturan tentang perdagangan berjangka dan investasi.
4. Peraturan Menteri Perdagangan: Peraturan Menteri Perdagangan No. 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Berbasis MLM memberikan pedoman dan persyaratan yang harus dipatuhi oleh perusahaan MLM, termasuk larangan terhadap praktik yang tidak adil dan penipuan.
5. Regulasi Syariah: Jika MLM mengklaim menggunakan label syariah, maka perusahaan tersebut juga harus mematuhi ketentuan syariah yang diatur oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan memastikan bahwa praktik MLM sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam dunia usaha yang terus berkembang, metode pemasaran berjenjang atau Multi Level Marketing (MLM) memiliki berbagai jenis dan teknik. Beberapa di antaranya adalah[14, pp. 12–14]:

1. Sistem Binary Plan: Sistem ini fokus pada pengembangan dua jaringan utama (leg) dengan penekanan pada keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringannya, semakin besar bonus yang diterima. Namun, jika jaringan tidak seimbang, bonus tersebut akan masuk ke perusahaan. Sistem ini cenderung menggiurkan karena bonus didapat dari merekrut anggota baru, mirip dengan memperjualbelikan orang secara halus.
2. Sistem Matrix: Sistem ini mengembangkan jaringan dengan tiga anggota di baris pertama (frontline) dan berlanjut ke bawah. Ini dianggap sebagai cara untuk menghindari sistem binary yang sering dikritik sebagai money game.
3. Sistem Break Away: Sistem ini fokus pada perluasan jaringan dengan menambah banyak frontline. Meskipun anggota baru (downline) dapat melampaui anggota atasnya (upline), agen harus mengurus semuanya sendiri. Bonus yang diperoleh biasanya kecil di awal, tetapi semakin besar seiring dengan kenaikan peringkat.
4. Efektivitas MLM: Dalam sistem MLM, anggota berperan sebagai konsumen sekaligus distributor. Anggota yang berhasil menjual produk dan merekrut anggota baru akan mendapatkan komisi tambahan. Sistem ini mendorong pertumbuhan perusahaan lebih cepat dibandingkan metode pemasaran konvensional, karena setiap anggota berupaya merekrut anggota baru dan menjual produk. Namun, MLM sering kali disalahartikan sebagai money game, karena beberapa perusahaan hanya berpura-pura menggunakan MLM padahal sebenarnya tidak memiliki produk nyata untuk dijual.

Berdasarkan beberapa regulasi yang merujuk pada posisi rawannya praktik MLM pada beberapa sengketa dan problem, perlindungan bagi konsumen adalah satu hal yang utama dalam menjalankan bisnis MLM. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam bisnis MLM di Indonesia masih sangat lemah, karena belum ada peraturan khusus yang mengatur MLM secara komprehensif. Saat ini, hanya ada Keputusan Menteri Nomor 73/MPP/KEP/3/2000 yang membatasi cakupannya. Selain itu, lemahnya pemberian sanksi dan sistem perizinan yang tidak ketat membuat banyak perusahaan MLM bisa lolos dan berkembang tanpa kontrol yang memadai.[13, p. 207]

Kode Etik APII berfungsi sebagai panduan untuk pengaturan penjualan langsung dan perlindungan konsumen. Aturan ini mencakup berbagai aspek seperti kepatuhan dalam penjualan, perekrutan, informasi bisnis, dan pelaporan. Jika terdapat pelanggaran terhadap kode etik APII atau kode etik perusahaan, bisa mengakibatkan perselisihan. Kode Etik APII mengatur praktik-praktik terlarang, identifikasi, penjelasan produk, formulir pemesanan, dan perlindungan hak pribadi. MLM dilarang menggunakan praktik penjualan yang menyesatkan atau tidak jujur. Penjual harus memperkenalkan diri dan produk secara jelas, menyertakan informasi mengenai harga, syarat pembayaran, masa tenang, dan kebijakan pengembalian. Pendaftaran member MLM harus menggunakan formulir pendaftaran tertulis yang mencantumkan identitas kedua belah pihak. Promosi harus akurat dan tidak menyesatkan.[13, p. 208] Masa tenang harus ditawarkan agar pelanggan dapat membatalkan pesanan dalam waktu yang wajar. Pengembalian barang diperbolehkan jika barang rusak atau cacat, atau jika kemitraan dengan perusahaan diakhiri.[15, p. 18]

Praktik Multi Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Syariah dalam Hukum Islam

Semua bisnis yang menggunakan sistem Multi-Level Marketing (MLM) dalam literatur fiqh termasuk dalam kategori muamalah yang dibahas dalam bab *al-buyu'* (jual-

beli bisnis MLM dapat ditinjau dari dua aspek utama: pertama, dari produk yang dijual (baik barang maupun jasa), yang kehalalannya ditentukan oleh kandungannya; dan kedua, dari sistem penjualannya, yang melibatkan jasa marketing bertingkat dengan imbalan berupa bonus dan marketing fee, tergantung pada prestasi dan status keanggotaan distributor.[1, p. 76] Sistem bisnis MLM dapat diterima dalam syariat Islam asalkan memenuhi beberapa syarat: (1) transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan atas dasar kesepakatan tanpa paksaan; (2) barang yang dijual harus suci, bermanfaat, dan transparan, tanpa unsur penipuan atau ketidakjelasan; dan (3) harga barang yang dijual harus wajar.[16]

Pandangan ini sejalan dengan fatwa MUI Jawa Tengah, yang menyatakan bahwa MLM adalah bentuk akad jual beli dengan sistem penjualan langsung yang melibatkan distributor independen.[1, p. 79] Keuntungan dalam MLM harus ditentukan secara wajar dan tidak boleh ada unsur penipuan, paksaan, atau spekulasi yang tidak rasional. Namun, jika bisnis MLM tidak mengikuti prinsip-prinsip syariat Islam, seperti yang terjadi pada money game, maka hukumnya menjadi haram. Hal ini termasuk dalam pandangan komprehensif Syariah.

Pandangan yang sistematis dan menyeluruh (nazdah al-syamilah) sangat penting dalam perspektif syariah.[17, p. 155] Hal ini tidak hanya karena syariah merupakan hukum ilahi yang sakral (tazkiyah), tetapi juga karena strukturnya yang hierarkis, dilihat sebagai sistem hukum. Struktur ini berbentuk piramida, dengan nilai ilahi (Tuhan) di puncak, diikuti oleh prinsip-prinsip, norma, dan perjanjian yang diterapkan melalui lembaga ekonomi syariah. Struktur hierarkis ini bertujuan untuk menjaga keharmonisan dan menghindari kontradiksi. Konsistensi konsep dan praktik menjadi standar legitimasi untuk setiap proses hukum.[6, pp. 200–201]

Dalam fiqh, jasa marketing ini disebut sebagai "samsarah" atau perantara perdagangan, dan kegiatan ini termasuk dalam akad ijarah, yaitu transaksi yang sah selama dilakukan dengan syarat-syarat seperti kejujuran, transparansi, dan tanpa unsur penipuan atau bisnis haram. Selain itu, perusahaan wajib memberikan imbalan yang adil kepada distributor yang telah memenuhi akadnya, sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mengharuskan ketepatan dalam takaran dan pembayaran,[1, p. 77] sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an sebagaimana berikut:

QS. al-A'raf: 85 : “Kepada penduduk Madyan, Kami (utus) saudara mereka, Syu'aib. Dia berkata, “Wahai kaumku, sembahlah Allah. Tidak ada bagimu tuhan (yang disembah) selain Dia. Sungguh, telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka, sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan janganlah merugikan (hak-hak) orang lain sedikit pun. Jangan (pula) berbuat kerusakan di bumi setelah perbaikannya. Itulah lebih baik bagimu, jika kamu beriman.”

QS. al-Baqarah: 233 : “Ibu-ibu hendaklah menyusui anak-anaknya selama dua tahun penuh, bagi yang ingin menyempurnakan penyusuan. Kewajiban ayah menanggung makan dan pakaian mereka dengan cara yang patut. Seseorang tidak dibebani, kecuali sesuai dengan kemampuannya. Janganlah seorang ibu dibuat menderita karena anaknya dan jangan pula ayahnya dibuat menderita karena anaknya. Ahli waris pun seperti itu pula. Apabila keduanya ingin menyapih (sebelum dua tahun) berdasarkan persetujuan dan musyawarah antara keduanya, tidak ada dosa atas keduanya. Apabila kamu ingin menyusukan anakmu (kepada orang lain), tidak ada dosa bagimu jika kamu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

Hukum Islam memahami bahwa muamalah dan budaya bisnis berkembang dinamis. Berdasarkan kaidah fiqh, Islam memperbolehkan improvisasi dan inovasi dalam sistem dan metode perdagangan, didukung oleh petunjuk dari Alquran dan Hadis Nabi[18]: **QS. Al Maidah: 2 :** “*Tolong menolonglah atas kebaikan dan taqwa dan jangan tolong menolong atas dosa dan permusuhan.*” “*Perdagangan itu atas dasar sama-sama rela. (HR al-Baihaqi dan Ibnu Majah)*”.

Berdasarkan ayat Alquran dan Hadits, prinsip pengembangan sistem bisnis dalam Islam mencakup penghindaran dari dharar (bahaya), jahalah (ketidakjelasan), dan zhulm (ketidakadilan). Sistem bonus harus fair dan tidak merugikan pihak lain. Terdapat lima unsur yang harus dihindari dalam bisnis menurut pakar ekonomi Islma: (1) maysir (judi), (2) gharar (penipuan), (3) haram, (4) riba (bunga), dan (5) batil, yang kerap disebut dengan istilah MAGHRIB.[19, p. 168]

Bisnis berkedok MLM (money game) telah berkembang di Indonesia sejak 1998, menyebabkan puluhan ribu korban dan kerugian mencapai puluhan triliun rupiah. Banyak masyarakat tidak dapat membedakan antara MLM yang sah dan yang palsu, sehingga sering menyamaratakan keduanya. Kurangnya pengetahuan ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk keuntungan pribadi, yang mengaburkan pemahaman masyarakat tentang legalitas bisnis MLM di Indonesia.[10, p. 189] Direct selling menjadi akar dari sejarah bisnis MLM, yakni dengan metode penjualan produk dengan cara menuju konsumen melalui interaksi dan jaringan pemasaran yang dilakukan secara langsung.[20, p. 3] Sering terjadi kebingungan antara bisnis MLM dan money game. MLM sebenarnya adalah sistem distribusi barang yang memberikan bonus berdasarkan omzet penjualan melalui jaringan. Sebaliknya, dalam money game, bonus diperoleh dari perekutan, bukan dari penjualan produk.[21]

Kesulitan membedakan bisnis MLM dengan money game sering terjadi karena bonus yang diperoleh adalah kombinasi dari komisi perekutan dan omzet penjualan. Money game biasanya menggunakan skema piramida, di mana anggota yang bergabung belakangan sulit mengembangkan bisnisnya. Dalam MLM, meskipun memiliki banyak bawahan, bonus tidak akan diperoleh tanpa adanya omzet penjualan. Masalah muncul ketika sistem komisi menyerupai money game, di mana biaya keanggotaan digunakan sebagai komisi bagi promotor, sehingga harga barang menjadi terlalu tinggi. Akibatnya, komisi menjadi tidak proporsional, merugikan anggota baru yang harus membayar harga tinggi tanpa mendapatkan komisi yang sepadan, sehingga mereka ter dorong untuk merekrut lebih banyak orang demi menutupi kerugian tersebut.

MLM sering menyatakan bahwa mereka bukan program piramida karena mereka menjual produk, bukan hanya menjalankan money game. Namun, keberadaan produk dalam MLM tidak menjamin bahwa mereka terhindar dari undang-undang anti-piramida atau tuduhan mengenai praktik perdagangan yang tidak adil.[21] Hukum islam dalam literatur fiqh digunakan untuk mengatur bisnis MLM, termasuk dalam kategori muamalah yang dibahas dalam bab jual-beli (al-buyu'). Dalam kajian fiqh kontemporer, bisnis MLM dapat ditinjau dari dua aspek: produk yang dijual dan sistem penjualannya:

1. Status halal atau haram produk dalam bisnis MLM bergantung pada kandungannya, apakah mengandung unsur yang diharamkan seperti babi, khamr, bangkai, atau darah. Begitu pula, jasa yang ditawarkan harus bebas dari kemaksiatan seperti perzinaan, perjudian, gharar, dan praktik spekulatif.
2. Dalam sistem penjualan MLM, tidak hanya barang yang dijual tetapi juga jasa pemasaran berlevel yang memberikan imbalan seperti biaya pemasaran, bonus, dan lainnya, tergantung pada level, prestasi penjualan, dan status distributor. Jasa pemasaran yang berperan sebagai perantara dikenal dalam fiqh sebagai "Samsarah/simsar" dan termasuk dalam akad ijarah, yaitu transaksi dengan

imbalan untuk penggunaan jasa. Para ulama umumnya memandang jasa ini sebagai sesuatu yang diperbolehkan (mubah).

Jika bisnis MLM tidak mengikuti syariat Islam, seperti dalam money game, maka hukumnya haram. Contohnya termasuk kasus di mana anggota berperan sebagai pembeli produk dengan mendapatkan potongan harga, serta sebagai makelar yang harus merekrut anggota baru. Islam melarang praktik melakukan dua akad dalam satu transaksi, seperti yang disebutkan dalam hadis dari Abu Hurairah[18] yang menyebutkan pelarangan dua pembelian dalam satu pembelian.

Komisi Fatwa dan Kajian Hukum Islam MUI Jawa Tengah Nomor: /KOM.FAT&KHI/IX/2005 menetapkan bahwa bisnis MLM yang melibatkan unsur gharar, maisir, atau dzulm adalah haram. Bisnis MLM dianggap sah dan sesuai jika produk yang dijual halal dan komisi diperoleh didapatkan dari penjualan, bukan dari uang yang ditarik dari keanggotaan. Keuntungan yang diperoleh dari uang keanggotaan dianggap sebagai money game yang haram karena mengandung unsur gharar (ketidakjelasan). MLM dengan strategi pemasaran berlevel dapat memiliki aspek positif jika diterapkan sesuai prinsip syari'ah Islam, mencerminkan silaturrahmi, dakwah, dan tarbiyah.[19] Bisnis MLM melibatkan penjualan produk dan jasa pemasaran berlevel, dengan imbalan seperti biaya pemasaran, bonus, dan hadiah, bergantung pada prestasi dan level anggota.

Jasa pemasaran ini berfungsi sebagai perantara antara produsen dan konsumen, dikenal dalam fikih Islam sebagai Samsarah atau Simsar. Dalam fikih Islam, samsarah seperti distributor dan agen termasuk dalam akad ijarah, yaitu transaksi dengan imbalan atau bonus, dan semua ulama memperbolehkan akad ini. Untuk menjamin kemaslahatan dalam muamalah melalui MLM, Dewan Syariah Nasional MUI Pusat telah mengeluarkan fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) No 75 Tahun 2009. Fatwa ini memberikan pedoman khusus untuk bisnis MLM agar sesuai dengan prinsip syariah[10, p. 187]:

1. Produk yang dipasarkan harus berkualitas, halal, thayyib dan menjauhi syubhat (Syubhat adalah sesuatu yang masih meragukan).
2. Sistem akadnya harus memenuhi kaedah dan rukun jual beli sebagaimana yang terdapat dalam hukum Islam (fiqh muamalah)
3. Operasional, kebijakan, *corporate culture*, maupun sistem akuntansinya harus sesuai syari'ah
4. Strukturnya memiliki Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang terdiri dari para ulama yang memahami masalah ekonomi.
5. Formula insentif harus adil, tidak menzalimi dan berorientasi kemaslahatan/falah.
6. Tidak ada *excessive mark up* harga barang (harga barang di mark up sampai dua kali lipat), sehingga konsumen dan anggota terkana praktek terlarang dalam bentuk *ghabn fahisy* dengan harga yang amat mahal, tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.
7. Bonus yang diberikan harus jelas angka nisbahnya sejak awal.
8. Tidak ada eksplorasi dalam aturan pembagian bonus antara orang yang awal menjadi anggota dengan yang akhir.
9. Pembagian bonus harus mencerminkan usaha masing-masing anggota.
10. Tidak menitik beratkan barang-barang tertier ketika ummat masih bergelut dengan pemenuhan kebutuhan primer.
11. MLM tidak boleh menggunakan sistem piramida yang merugikan orang yang paling belakangan masuk sebagai member.
12. Cara penghargaan kepada mereka yang berprestasi tidak boleh mencerminkan huru-hura dan pesta yang tidak syari'ah.

Sama halnya dengan bisnis pada umumnya, strategi bisnis MLM harus mematuhi rukun jual beli dan etika yang baik, dengan produk yang halal, berkualitas, dan bermanfaat. MLM tidak boleh menjual produk dengan status kehalalan yang tidak jelas atau menggunakan metode promosi yang melanggar norma agama. Sistem MLM pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba, gharar (penipuan), dharar (kerugian atau ketidakadilan), dan jahalah (ketidaktransparan). Aktivitas bisnis MLM dapat terlihat keharamannya jika terdapat beberapa unsur berikut[21]:

1. Harga yang lebih tinggi: menjual produk MLM dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga normal sangat tidak dianjurkan dan dianggap tidak sah oleh beberapa ulama. Harga yang tinggi sering kali dianggap sebagai penipuan terhadap konsumen yang tidak mengetahui harga sebenarnya, dan sering kali mencakup biaya pendaftaran anggota.
2. Target pembelian pribadi sebagai syarat komisi: MLM sering mensyaratkan anggotanya untuk mencapai target pembelian tertentu untuk mendapatkan komisi dari penjualan anggota di bawahnya. Jika tidak mencapai target, anggota bisa kehilangan keanggotaan atau tidak mendapatkan komisi meskipun bawahannya menjual banyak produk. Sistem ini sering dianggap bermasalah dari sudut pandang syariah karena mengandung unsur kezaliman dan penindasan serta syarat sepikah. Namun, komisi dari penjualan produk pada dasarnya diperbolehkan menurut syariah.
3. Manipulasi dalam praktek bisnis: Beberapa MLM terlibat dalam manipulasi penjualan, memaksa pembeli, atau menjual barang-barang haram. Dalam situasi seperti ini, MLM tersebut jelas dianggap haram.

Terdapat beberapa kriteria untuk memperhatikan kejelasan bisnis MLM dalam hukum islam, diantaranya[18]:

1. Transparansi dalam penjualan, pembagian bonus, dan komisi, serta pencatatan perpjakan dan perkembangan jaringan, harus dilaporkan secara otomatis dan berkala.
2. Niat dan tujuan bisnis MLM harus jelas sebagai sarana penjualan produk atau jasa yang bermanfaat, bukan sebagai permainan uang (money game).
3. Pastikan produk yang ditransaksikan halal, tidak mendorong gaya hidup boros atau hedonis, dan tidak merugikan produk domestik, terutama dalam MLM yang menjual produk asing.
4. Hindari markup yang berlebihan pada harga produk, yang melebihi biaya promosi dan pemasaran biasa.
5. Harga produk dan bonus penjualan harus ditentukan dengan jelas dari awal dan diverifikasi keakuratannya selama transaksi.
6. Eksplorasi antara distributor atau antara produsen dan distributor harus dihindari, terutama dalam pembagian bonus yang mencerminkan usaha masing-masing anggota.

KESIMPULAN

Multi-Level Marketing (MLM) adalah sistem pemasaran berjenjang yang melibatkan konsumen sebagai distributor langsung. Sistem ini memungkinkan individu untuk memperoleh pendapatan melalui penjualan produk serta komisi dari merekrut distributor baru. Keunggulan MLM termasuk pengurangan biaya distribusi dan promosi, sementara tantangan utamanya adalah risiko terkait dengan pola piramida dan keberhasilan distributor. Kewirausahaan, termasuk MLM, berperan penting dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Pemerintah dan sektor swasta mendukung pengembangan

usaha mandiri, meski terdapat kendala seperti keterbatasan modal dan pengetahuan. MLM menawarkan fleksibilitas dan peluang tambahan untuk mahasiswa dan individu lain yang mencari pendapatan tambahan. Di Indonesia, MLM dianggap ilegal karena sering kali menyerupai skema piramida, yang mengutamakan perekutan anggota baru daripada penjualan produk. Pemerintah telah menetapkan regulasi ketat untuk melindungi konsumen dan mencegah praktik penipuan. Peraturan tersebut meliputi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Otoritas Jasa Keuangan, dan Peraturan Menteri Perdagangan. Dalam hukum Islam, MLM diperbolehkan jika memenuhi syarat syariat: transaksi harus dilakukan secara transparan, tanpa paksaan, dengan produk yang halal dan harga wajar. MLM dianggap sah jika produk yang dijual dan sistem bonus tidak melanggar prinsip syariah seperti riba, gharar, dan zhulm. Fatwa MUI dan regulasi syariah memberikan pedoman untuk memastikan bahwa praktik MLM sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

REFERENCES

- [1] A. Rahmawaty, "Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Islam," *Marketing*, vol. 2, no. 1, pp. 68–83, 2014.
- [2] A. Mardalis and N. Hasanah, "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam," *FALAH J. Ekon. Syariah*, vol. 1, no. 1, p. 19, 2016.
- [3] Y. Reingewertz, "An economic model of multi-level marketing," *PLoS One*, vol. 16, no. 7 July, pp. 1–18, 2021.
- [4] H. Liu, "The Behavioral Economics of Multilevel Marketing," *Hast. Bus. Law J.*, vol. 14, no. 1, p. 109, 2018.
- [5] S. dan Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, 17th ed. Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- [6] M. A. Hamid, "Understanding the characteristics of dispute settlement in sharia economic system," *Hasanuddin Law Rev.*, vol. 3, no. 2, pp. 198–207, 2017.
- [7] Soerjono dan Abdurrahman, *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- [8] Y. Reingewertz, "An Economic Model of Multi-Level Marketing," *SSRN Electron. J.*, no. February, 2016.
- [9] Y. Purnamasari, "Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Peroduktivitas Kerja Dan Jiwa Kewirausahaan (Studi Kasus Komunitas Great One Club Oriflame Surabaya)," *Ilmu Ekon. Univ. Brawijaya*, pp. 1–23, 2016.
- [10] A. Wahed, "Multi Level Marketing (Mlm) Cni Dalam Perspektif Hukum Islâm," *AL-IHKAM J. Huk. Pranata Sos.*, vol. 3, no. 2, pp. 183–200, 2019.
- [11] S. R. Wulandari, "Efektivitas multi level marketing dalam memasarkan produk," *J. Manaj. Untuk Ilmu Ekon. dan ...*, pp. 1–11, 2020.
- [12] S. R. Ekasaki, "Sistem multi level marketing: Alternatif pemasaran bisnis eceran di Indonesia," *Econ. J. Emerg. Mark.*, pp. 13–24, 2016.
- [13] D. Chintya Kosasih and A. Budhisulistiyawati, "PERLINDUNGAN HUKUM BAGI ANGGOTA MULTI LEVEL MARKETING (MLM) YANG BERBASIS APLIKASI DI INDONESIA (Studi Kasus Pada PT Sukses Integritas Perkasa)," *J. Huk. dan Pembang. Ekon.*, vol. 7, no. 2, p. 204, 2019.
- [14] A. BagasKara, F. A. Azzah, M. Tajmahal, and N. Huda, "Efektivitas Multi Level Marketing Serta Tinjauan Yuridis Dalam Hukum Positif Di Indonesia," *J. Al-Hakam Islam. Law Contemp. Issues*, vol. 3, no. 1, pp. 9–17, 2022.
- [15] A. Furinto, T. Selamet, P. Heriyati, T. N. Mursitama, and M. Ichsan, "Network Externality as a Mediator on Business Growth;," *The Winners*, vol. 24, no. 1, pp. 13–21, 2023.
- [16] H. M. H. T. A. Ingratubun, "Actualization of Islamic Rules in Sharia Banking: A

- Review of Contemporary Issues in Jayapura, Indonesia," *Hasanuddin Law Rev.*, vol. 1, no. 1, p. 99, 2016.
- [17] H. S. Nasution and A. Soemitra, "Sharia Multi Level Marketing," *JESKaPe J. Ekon. Syariah, Akunt. dan Perbank.*, vol. 6, no. 1, pp. 31–49, 2014.
- [18] A. Marimin, A. H. Romdhoni, and T. N. Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Pandangan Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 2, no. 02, 2016.
- [19] F. Wahyudi, "Multi Level Marketing Dalam Kajian Fiqh Muamalah," *Al-Banjari J. Ilm. Ilmu-Ilmu Keislam.*, vol. 13, no. 2, pp. 163–177, 2015.
- [20] M. Mirza and G. Barnas, "Alignment of Entrepreneurship and Work with Distributor Motivation Factors : Analysis of Multi-Level Marketing Opportunities," *J. Bussiness Manag.*, vol. 1, pp. 1–7, 2023.
- [21] M. I. Nurjaman, I. Rojikin, H. Pary, S. Hasim, and D. Ayu, "Implementation Of Agreements In Multi Level Marketing (Mlm) Business Schemes Based On Sharia Principles," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 3, p. 3331, 2023.