

## BAB II

### KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu

Setelah penulis melakukan observasi, penulis menemukan beberapa penelitian yang mempunyai hubungan dengan judul penelitian ini di antaranya:

Penelitian Agus Salim, *Aktualisasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Ranah Syar'i*, adapun hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Multi Level Marketing (MLM)* adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung sekaligus sebagai konsumen dengan sistem yang bertingkat-tingkat atau berjenjang sesuai dengan usaha yang ia lakukan untuk meraih level yang lebih tinggi. Hukum MLM menurut pandangan islam yakni MLM yang produknya halal, dan dijalankan sesuai dengan syariat Islam; tidak melanggar *ṣafqatayn fi ṣafqah* (dua akad dalam satu kesatuan), *samsarah a'la samsarah* (memakelari makelar), tidak ada aspek *ghabn fahisy* (Penipuan atau penaikan harga tidak wajar), atau terjadi *ghabn fahisy* namun diterima, serta tidak dijadikannya *hibah* (bonus) sebagai satu kesatuan akad yang mengikat. Maka hukumnya halal.<sup>1</sup>

Penelitian Ratna Balqis Nasution, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dengan Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing; Studi Kasus Produk Oriflame*. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Oriflame sebuah perusahaan kosmetik yang berdiri tahun

---

<sup>1</sup>Agus Salim, *Aktualisasi Bisnis Multi Level Marketing MLM Dalam Ranah Syar'i*, *Jurnal Ar-Risalah*, Volume XVI No. 2, Oktober 2015

1967 di Swedia, dalam pemasaran produknya menggunakan system penjualan langsung/ multi level marketing. Oriflame beroperasi di Indonesia sejak tahun 1986, menjadi pasar Oriflame dunia pertama Asia dan telah memiliki beberapa cabang di Indonesia. Kehalalan produk dari Oriflame merupakan motivasi kuat bagi para konsultan untuk berbisnis dan mengembangkan karir.<sup>2</sup>

Penelitian Imam Mas Arum, *multi level marketing (MLM) Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game*. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Bisnis riba, money game adalah virus mematikan yang menggerogoti perekonomian masyarakat Indonesia dengan menghalalkan segala cara. Tak mengherankan apabila masyarakat akhirnya menjadi trauma dan negatif terhadap bisnis *multi level marketing*. Nah, di sinilah Bisnis riba, *money game* adalah virus mematikan yang menggerogoti perekonomian masyarakat Indonesia dengan menghalalkan segala cara. sebenarnya masyarakat membutuhkan solusi praktis atas kekisruhan yang diakibatkan oleh bisnis riba, *money game ini*.

Dengan lahirnya fatwa MUI melalui DSN tentang *multi level marketing* Syariah yang disebut dengan *al-Taswiq al-Syabakiy*, atau Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dalam Fatwa DSN No. 75 tahun 2009 telah memberikan angin segar bagi masyarakat yang antipati dan yang menjalankan bisnis *multi level marketing*. Dengan tetap memegang prinsip bisnis syariah yang

---

<sup>2</sup>Ratna Balqis Nasution, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dengan Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing; Studi Kasus Produk Oriflame, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Volume 3 No. 2, Juli 2011

telah ditetapkan, maka *multi level marketing* Syariah dipastikan mampu menjadi solusi praktis dalam menekan bisnis riba, *money game* di Indonesia.<sup>3</sup>

Penelitian Dwi Kusuma Yuniarti, *Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja* (Studi Kasus Pada MLM Tianshi). Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, adanya pengaruh antara komunikasi antar pribadi sponsor terhadap motivasi kerja anggota jaringan. Hal ini disebabkan adanya hubungan yang baik antara sponsor dan anggotanya. Sponsor yang mampu menciptakan suasana yang menyenangkan serta mengemas pesan dan menyampaikan secara menarik kepada para anggotanya akan membuat mereka memahami setiap informasi yang disampaikan. Di samping itu, dukungan dan empati dari sponsor pada saat berkomunikasi yang diikuti oleh perasaan positif juga bisa membangkitkan semangat anggota jaringan untuk bekerja.

Faktor lain yang juga penting untuk mendukung keberhasilan suatu komunikasi antar pribadi adalah penanaman rasa kesamaan kedudukan dalam jaringan, melakukan interaksi secara rutin serta menyampaikan pesan secara baik dan koheren sehingga mampu membangkitkan motivasi kerja dalam diri anggota jaringan. Adanya pengaruh kualitas produk terhadap motivasi kerja anggota jaringan. Hal ini disebabkan karena suatu produk berkualitas yang dibuktikan dari manfaat, daya tahan, jaminan terhadap kerusakan.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Imam Mas Arum, Multi Level Marketing MLM Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game, *Jurnal Muqtasid*, Volume 3 No. 1, Juli 2012

<sup>4</sup>Dwi Kusuma Yuniarti, Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja :Studi Kasus Pada MLM Tianshi. *Jurnal VIS UNIVED*, Volume 1. No.1. Februari 2014

Penelitian Anis Tyas Kuncoro, *Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Bisnis Syariah*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Salah satu hal mendasar yang harus senantiasa dikedepankan dalam aktifitas membangun jejaring bisnis dan ekonomi, termasuk di dalamnya bisnis MLM, adalah keadilan dan keseimbangan, yaitu dengan mengedepankan desain kerangka dunia bisnis dan perekonomian yang paralel dengan kohesivitas komunikasi secara vertikal (nilai-nilai ketuhanan) yang mengejewantah dalam nilai-nilai kemanusiaan sehingga para pelaku yang terlibat di dalamnya senantiasa berorientasi pada perolehan keseimbangan laba, yaitu *fair profit* dan *just profit*.<sup>5</sup>

Penelitian Marcellia Susan, *multi level marketing: Strategi Penjualan Langsung Untuk Menerobos Pasar*. Dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa, system MLM merupakan salah satu strategi yang banyak bermanfaat untuk menerobos pasar. Hal ini telah dibuktikan oleh CNI misalnya, yang pada saat menjadi distributor tunggal PT. Sun-Chlorella Tama, omzet perbulanya hanya puluhan juta, tetapi setelah merubah statusnya menjadi MLM pada tahun 1986 omzetnya tidak kurang dari Rp 17 miliar perbulan.<sup>6</sup>

Penelitian Handi Lesmana, *Multi Level Marketing: Peluang atau Ancaman*. Dalam penelitian tersebut mengungkapkian bahwa, masyarakat telah melihat dan memberikan penilaian terhadap MLM yang ada disekitarnya. Terutama disaat krisis yang sedang melanda negeri ini, MLM seolah-olah

---

<sup>5</sup>Anis Tyas Kuncoro, Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Bisnis Syariah, *Jurnal Sultan Agung*, Volume XLV. No. 119, September-November 2009

<sup>6</sup>Marcellia Susan, Multi Level Marketing: Strategi Penjualan Langsung Untuk Menerobos Pasar, *Jurnal Bina Ekonomi*, Juli 1997

memberikan janji “penyelesaian krisis” bagi individu masyarakat. Bisnis MLM yang banyak berkembang dan banyak anggotanya adalah *money game*. System ini memang berisiko tinggi, pihak perusahaan tidak berani mengklaim sebagai perusahaan yang melakukan permainan uang karena dilarang oleh pemerintah. Tetapi mereka “menjual” produk tertentu yang harga dan kualitasnya tidak sesuai. Dengan demikian mereka dapat mengklaim dirinya sebagai perusahaan MLM. *Money game* sangat menyentuh karakter kebanyakan orang yang *risk averter*, yaitu dengan risiko yang tinggi menawarkan *return* yang tinggi, sehingga banyak dari masyarakat yang berani menjadi anggota.<sup>7</sup>

Penelitian Diana Aqmalia, *Analisis Pengaruh Karakteristik Distributor, Dukungan Perusahaan dan Organisasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Distributor Multi Level Marketing (MLM)*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Pengaruh karakteristik distributor, dukungan perusahaan dan organisasi pembelajaran terhadap kinerja distributor adalah positif sebesar 48.502. Angka ini masih relatif kecil, kinerja distributor harus lebih ditingkatkan lagi supaya peran distributor sebagai tenaga penjual dapat maksimal. Pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kinerja distributor ini ternyata cukup besar, hal ini ditunjukkan dengan besarnya angka koefisien Adjusted Determinasi yang sangat tinggi yaitu 0,744 atau 74,4%.

Dengan demikian tingkat perubahan tingkat kinerja pada distributor Tianshi Semarang dijelaskan oleh tingkat perubahan karakteristik distributor,

---

<sup>7</sup>Handi Lesmana, Multi Level Marketing: Peluang atau Ancaman, *Jurnal Bina Ekonomi*, Agustus 1999.

dukungan perusahaan dan organisasi pembelajaran dan hanya 25,6% sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model. Dalam penelitian ini karakteristik distributor berpengaruh paling besar terhadap kinerja distributor MLM Tianshi Semarang. Hal ini dapat dilihat dari terhitung sebesar 3.396 kemudian diikuti organisasi pembelajaran dan dukungan perusahaan dengan terhitung sebesar 3.006 dan 2.836.<sup>8</sup>

Penelitian Anita Rahmawati, *Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perpektif Islam*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Bisnis MLM merupakan salah satu jenis akad jual beli (*al-bai'*) dengan system penjualan langsung (*direct seling*) atau *net work marketing* yang memberdayakan distributor independent untuk memasarkan produk langsung secara mandiri. Dalam literatur hukum Islam, selama bisnis MLM tersebut bebas dari unsurunsur haram, seperti riba, *gharar*, *dzulm* dan *maisir*, maka hukumnya adalah mubah. Sebaliknya, bisnis MLM atau bisnis lain yang mengatasnamakan MLM, seperti *money game*, yang di dalamnya terdapat unsur *gharar*, *maisir* dan *dzulm*, maka hukumnya adalah haram. Untuk itu, masyarakat muslim hendaknya berhati-hati dan tidak mudah tergiur dengan bisnis MLM karena tidak menutup kemungkinan terjadinya *gharar*, *dzulm*, *maisir* dan ketidakadilan.<sup>9</sup>

Penelitian Muhammad Bahrudin, *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam*. Penelitian tersebut mengungkapkan, Islam memberikan

---

<sup>8</sup>Diana Aqmala, Analisis Pengaruh Karakteristik Distributor, Dukungan Perusahaan dan Organisasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Distributor Multi Level Marketing (MLM), *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, Volume 2. No.1. 2011

<sup>9</sup>Anita Rahmawati, Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perpektif Islam. *Jurnal Equilibrium*, Volume 2.No 1. Juni 2014

jalan bagi umat manusia untuk melakukan berbagai inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan bisnis perdagangan. Artinya, apabila sebuah perusahaan ingin mengembangkan bisnis dengan model *multi level marketing*, maka harus terbebas dari praktek dzalim yang merugikan manusia. Oleh karena itu, produk yang diperdagangkan serta sistem penjualannya harus halal, tidak mengandung unsur *syubhat* dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip perdagangan Islam.

Sistem *multi level marketing* yang diterapkannya merupakan sarana untuk menjual produk, baik berupa barang atau jasa, bukan menjadikannya sebagai sarana atau model mendapatkan tanpa adanya produk atau jasa yang diperjualbelikan. Sehingga yang terjadi dalam prakteknya adalah *money game* yang tidak ada bedanya dengan judi dan hukumnya haram. Produk yang ditawarkan juga harus jelas kehalalannya, karena mitra bisnis harus tahu status barang tersebut untuk ditawarkan kepada konsumen.<sup>10</sup>

Penelitian Ajeng Dwianita, *Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, KK Indonesia sebagai perusahaan Multi Level Marketing yang telah terdaftar dalam APLI atau Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. Dengan kata lain KK Indonesia merupakan salah satu perusahaan dengan sistem *Multi Level Marketing* yang tidak melakukan kegiatan *money game* dalam sistemnya karena salah satu

---

<sup>10</sup>Muhammad Bahrudin, Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Asas*, Volume 3. No.1. Januari 2011

syarat untuk menjadi member dari APLI, *Multi Level Marketing* tidak melakukan kegiatan *money game*. Namun *Multi Level Marketing* (MLM) KK Indonesia hanya memenuhi 11 (sebelas) dari poin indikator Fatwa DSN MUI. Hal tersebut dikarenakan KK Indonesia masih melakukan *excessive mark up*.<sup>11</sup>

Penelitian Ida Bagus Wiradinata, *Peran Support Sistem Dalam Mendukung Keberhasilan (Studi multi level marketing Tiens di Kota Singaraja 2013)*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, *support system* yang digunakan dalam *multi level marketing* Tiens yang disusun berdasarkan pengalaman para leader yang telah terbukti berhasil membangun aset pada perusahaan *multi level marketing* Tiens. Secara umum, penerapan *support system onevision* sebagai pendukung di Kota Singaraja yang memberikan berbagai pengelola pendidikan dan pelatihan para distributor antara lain, *Opportunity Preview (OP)*, *Producer Meeting (PM)*, *Training Product*, *Vision Seminar (VS)*.

Kegiatan *onevision* tersebut akan mendukung keberhasilan para distributor membangun aset dan mampu meraih kegiatan liburan bersyarat seperti, *Dream Building Weekend Crown Life*, *Dream Holiday Onevision*. *Support system* yang merupakan organisasi pendukung dalam sebuah perusahaan *multi level marketing* Tiens berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 15.121 dan berada pada rentang 14.280 – 17.000. Sehingga *one vision* yang merupakan sebuah organisasi pendukung dalam perusahaan *multi level marketing* Tiens

---

<sup>11</sup>Ajeng Dwianita Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi Level Marketing MLM KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009, *Jurnal JESTT*, Volume 1. No.4. April 2014



memiliki peranan dalam mendukung keberhasilan dari distributor Tiens untuk mencapai kesuksesan melalui perusahaan *multi level marketing* Tiens di Kota Singaraja.<sup>12</sup>

Penelitian Yendi Winata, *Implementasi Algoritma Pohon Triner Untuk Perhitungan Bonus Jaringan MLM Berbasis Web*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Dalam perkembangan dunia penjualan langsung terdapat suatu istilah baru yaitu *multi level marketing*. Dalam menjalankan suatu sistem *multi level marketing* Tiens ini, terdapat bentuk perhitungan bonus yang mempunyai rumus tertentu untuk menarik minat para konsumen agar menjadi mitra bisnis sekaligus untuk meningkatkan pendapatan dari *multi level marketing* Tiens sendiri. dalam perhitungan bonus ini, jika dilakukan secara manual akan sangat memakan waktu yang lama dan rumit, karena administrator akan melihat dulu setiap mitra dan struktur pohonnya itu, barulah bisa melakukan perhitungan bonus jaringan.

Disisi lain, pengelola *multi level marketing* Tiens dituntut untuk menyajikan informasi perolehan bonus secara cepat dan akurat dan transparan kepada para mitra bisnis. karena itu akan dibuat suatu program bantu untuk memudahkan menghitungnya dengan berbasis *web* agar para mitra bisnis dapat memperoleh informasi dan pengetahuan tentang bonus jaringannya sendiri secara cepat dan transparan. Sistem ini menggunakan struktur pohon triner yaitu struktur pohon yang mempunyai sub pohon maksimal 3 buah. Sistem berbasis web ini

---

<sup>12</sup>Ida Bagus Wiradinata, Peran Support Sistem Dalam Mendukung Keberhasilan :Studi MLM Tianshi di Kota Singaraja 2013. *Jurnal* Volume 4 No.1. 2014

diharapkan dapat menyampaikan informasi bonus kepada anggota dengan semakin cepat.<sup>13</sup>

Penelitian Albertus Andry Soesilo Kurniawan, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sales Force MLM Hight Dessert di Surabaya*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, semakin tinggi proses pembelajaran maka semakin tinggi kerjasama tim *upline-downline*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi dibawah 0,05 sehingga hipotesis ketiga diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,917. Artinya semakin tinggi proses pembelajaran maka semakin tinggi kerjasama tim *upline-downline*. Semakin tinggi dukungan perusahaan maka semakin tinggi kerjasama tim *upline-downline*.<sup>14</sup>

Penelitian Savatri Indraswati, *Money Game vs Multi Level Marketing Di Kota Batam*. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa, Perusahaan usaha pemasaran berjenjang MLM dinyatakan sah dan legal apabila memenuhi persyaratan yang diwajibkan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 32/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung. Seperti memiliki SIUPL, terdaftar di APLI, memiliki produk yang telah terdaftar, memiliki sistem penjualan dan pembagian komisi yang jelas, serta memiliki alamat Kantor Pusat dan Kantor Cabang yang jelas.

---

<sup>13</sup>Yendi Winata, Implementasi Algoritma Pohon Triner Untuk Perhitungan Bonus Jaringan MLM Berbasis Web, *Jurnal Buana Informatika*, Volume 1 No. 2. Juli 2010

<sup>14</sup>Albertus Andry Soesilo Kurniawan, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sales Force MLM Hight Desert di Surabaya, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volune XIII. No. 3. Desember 2014

Landasan hukum mengenai perlindungan Pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal di Kota Batam cukup baik, namun pelaksanaannya belum berjalan secara penuh. Sanksi-sanksi yang merupakan daya paksa untuk pelaku usaha pemasaran berjenjang (MLM) asing dan lokal untuk melindungi anggotanya belum menjadi kekuatan yang memaksa karena implementasi peraturan belum berjalan dengan baik.<sup>15</sup>

Tabel 2.1

Perbandingan Antara Tesis Ini Dengan Penelitian-Penelitian Terdahulu:

No.	Penulis	Perbedaan	Pesamaan
1.	Agus Salim, <i>Aktualisasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Ranah Syar'i</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang kehalalan <i>multi level marketing</i> ditinjau dari produk dan sistemnya tanpa merujuk kepada fatwa DSN_MUI No.75. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan.	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama ingin menjawab permasalahan hukum <i>multi level marketing</i> Menggunakan metode penelitian kualitatif
2.	Ratna Balqis Nasution, <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dengan Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing; Studi Kasus Produk Oriflame.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang minat masyarakat terhadap system <i>multi level marketing</i> pada produk Oriflame	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan memberikan gambaran kepada masyarakat system pemasaran <i>multi level marketing</i>
3.	Imam Mas Arum, <i>Multi Level Marketing (MLM)</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang penekanan bisnis	Penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif

<sup>15</sup>Savatri Indraswati, Money Game vs Multi Level Marketing Di Kota Batam, *Jurnal Of Law And Policy Transformation*, Volume 1. No. 1, Juni 2016

	<i>Syariah: Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game.</i>	syariah yang menjadi solusi praktis dalam menekan praktek <i>riba</i> dan <i>money game</i> .	dengan fatwa DSN-MUI No.75 sebagai sandaran hukum syariah
4.	Dwi Kusumu Yuniarti, <i>Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dan Kualitas Produk Terhadap Motivasi Kerja</i> (Studi Kasus Pada MLM Tianshi).	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang hubungan antara sponsor dan anggota untuk mendukung keberhasilan dan motivasi kerja anggota jaringan di Tianshi dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Persamaan pada penelitian ini adalah mempunyai obyek penelitian yang sama yaitu pada <i>multi level marketing</i> Tianhi.
5.	Anis Tyas Kuncoro, <i>Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Bisnis Syariah.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang konsep berbisnis dalam <i>multi level marketing</i> yaitu yang berdasarkan nilai-nilai ketuhanan dan penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan.	Persamaan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penekanan pada unsur <i>gharar</i> dan <i>riba</i> dalam mekanisme perdagangan.
6.	Marcellia Susan, <i>Multi Level Marketing: Strategi Penjualan Langsung Untuk Menerobos Pasar.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang strategi menerobos pasar dengan penawaran system kerja <i>multi level marketing</i> dengan penelitian kepustakaan.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menjawab tantangan system konvensional.
7.	Handi Lesmana, <i>Multi Level Marketing: Peluang atau Ancaman.</i>	Pada penelitian ini hanya berfokus pada penilain terhadap <i>multi level marketing</i> sebagai peluang dan <i>money game</i> sebagai ancaman bisnis di masyarakat	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Dengan menekankan <i>money game</i> adalah ancaman dalam berbisnis
8.	Diana Aqmala, <i>Analisis Pengaruh Karakteristik</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang pengaruh karakteristik	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama

	<i>Distributor, Dukungan Perusahaan dan Organisasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Distributor Multi Level Marketing (MLM).</i>	distributor dukungan perusahaan dan organisasi pembelajaran terhadap kinerja distributor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif	membahas tentang <i>support system</i> pada perusahaan <i>multi level marketing</i> .
9.	Anita Rahmawati, <i>Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perpektif Islam.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang halal dan haramnya praktek bisnis multi level marketing dengan penelitian kepustakaan.	Pada penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dengan melihat aspek jual beli dalam praktek bisnis <i>multi level marketing</i> yang terlepas dari <i>gharar</i> dan <i>riba</i> .
10.	Muhammad Bahruddin, <i>Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang kehalalan produk yang ditawarkan oleh perusahaan <i>multi level marketing</i> secara umum. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fatwa DSN-MUI No.75 sebagai sandaran hukum syariah
11.	Ajeng Dwianita, <i>Analisis Kesesuaian Syariah Pada Sistem Operasi Bisnis Multi Level Marketing (MLM) KK Indonesia Dengan Fatwa DSN MUI NO: 75/DSN MUI/VII/2009.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang perusahaan <i>multi level marketing</i> KK Indonesia yang menggunakan system MLM yang tidak melakukan <i>money game</i> .	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan fatwa DSN-MUI No.75 sebagai sandaran hukum syariah dengan metode penelitian kualitatif.
12.	Ida Bagus Wiradinata, <i>Peran Support Sistem Dalam Mendukung Keberhasilan (Studi MLM Tianshi di Kota Singaraja 2013)</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang <i>support system</i> dalam mendukung kinerja distributor di perusahaan <i>multi level marketing</i> Tianshi	Persamaan penelitian ini adalah mempunyai obyek penelitian yang sama yaitu pada perusahaan <i>multi level marketing</i>

		penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Tianshi
13.	Yendi Winata, <i>Implementasi Algoritma Pohon Triner Untuk Perhitungan Bonus Jaringan MLM Berbasis Web.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang bagaimana perhitungan bonus dengan menggunakan algoritma pohon triner pada system <i>multi level marketing</i>	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melihat aspek bonus anggota <i>multi level marketing</i>
14.	Albertus Andry Soesilo Kurniawan, <i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sales Force MLM Hight Dessert di Surabaya.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sales force MLM Hight Dessert dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas <i>marketing plane</i> perusahaan <i>multi level marketing</i> dan <i>support sistemnya.</i>
15.	Savatri Indraswati, <i>Money Game vs Multi Level Marketing Di Kota Batam.</i>	Pada penelitian ini hanya dibahas tentang multilevel marketing dalam pandangan hukum positif di Indonesia dengan metode penelitian yuridis empiris.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama mengungkapkan bahaya <i>money game</i> dalam berbisnis.

Secara keseluruhan penelitian di atas belum ada yang secara khusus membahas tinjauan fatwa DSN-MUI No.75 terhadap Penjualan Langsung Berjenjang Syariah di Tianshi Yogyakarta. Penelitian Sebelumnya hanya berbicara tentang gambaran umum system *multi level marketing* dan bahaya skema piramida atau *money game*. Sedangkan dalam penelitian ini penulis melihat dan mengevaluasi *multi level marketing* Tiens Syariah dari segi system perdagangan dan bisnis jaringan di Tianshi Syariah.

## B. Kerangka Teori

### 1. Konsep Jual Beli Dalam Islam

#### a. Pengertian Jual Beli

Secara bahasa (*etimologi*) Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.<sup>16</sup> Sedangkan dalam bahasa Arab berasal dari kata (بيع) yang artinya pertukaran pemilikan harta atas dasar suka sama suka.<sup>17</sup>

Secara istilah (*terminologi*) terdapat beberapa definisi para ulama diantaranya oleh ulama Hanafiyah memberi pengertian dengan ‘saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu’, atau dengan makna ‘tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.<sup>18</sup>

Menurut Imam Nawawi dalam *al-Muhtaj* “ pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan”.<sup>19</sup> Sedangkan menurut Ibnu Qudamah dalam kitab *al-Mughni* “ pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik”<sup>20</sup>

Sayid Sabiq mengungkapkan tidak jauh berbeda seperti Ibnu Qudamah jual beli dengan arti “saling menukar harta dengan harta atas

---

<sup>16</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 419

<sup>17</sup>Atabik Ali, Ahmad Zhuhdi Mudhlor. *Kamus Kontemporer Arab-Indonesia* (Yogyakarta: Multi Karya Grafika, 1996), hlm. 374

<sup>18</sup>Muhammad Djakfar., *Hukum Bisnis “Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2016), hlm.206

<sup>19</sup>Muhammad al-Sarbini, *Mughni al-Muhtaj ila Ma’rifati Ma’ani al-faz al-Minhaj*, juz 2 (Beirut: Daar Ma’rifat, 1997),hlm. 2

<sup>20</sup>Ibnu Qudamah, *al-Mughni*, juz 4 (Beirut: Dar Kutub Ilmi, 1997 ), hlm. 2

dasar suka sama suka”.<sup>21</sup> Sementara menurut Hasbi ash-Shiddieqy jual beli adalah akad yang terdiri atas penukaran harta dengan harta lain, maka terjadilah penukaran dengan milik tetap.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Wahbah al-Zuhaili jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu.<sup>23</sup>

Soebekti mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian timbal balik dimana pihak yang satu si penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lain si pembeli berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.<sup>24</sup>

Menurut pasal 1457 KUHP Pdt, jual beli adalah suatu persetujuan dimana pihak yang satu berjanji mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain membayar harga yang telah dijanjikan.<sup>25</sup>

Dari pengertian-pengertian di atas mempunyai kesamaan dan mengandung hal-hal yang saling berkaitan yaitu, jual beli dilakukan oleh dua orang yang saling melakukan tukar menukar. Tukar menukar tersebut atas suatu barang atau sesuatu yang dihukumi seperti barang yakni kemanfaatan dari kedua belah pihak. Sesuatu yang tidak berupa

---

<sup>21</sup>Sayyid Sabiq., *Fiqh al-Sunah* jild (Beirut: Dar al-Fiqr, 1977), hlm 92

<sup>22</sup>Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Maumalat*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1989), hlm. 97

<sup>23</sup>Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islām wa Adillatuh*, Jilid V, (Beirut: Dār al-Fikr, 2004), hlm. 3304

<sup>24</sup>Soebekti., *Aneka Perjanjian*, (Bandung: Citra aditya Bakti, 1995), hlm . 1

<sup>25</sup>Hukum Online : dikutip dari <http://m.hukumonline.com/keabsahan-jual-beli> di akses pada hari Kamis 28 Desember 2017 jam 16.00 wib



barang atau harta yang dihukumi sepertinya tidak sah untuk diperjual belikan.

Jual beli mempunyai landasan hukum baik dari al-Qur'an, Sunnah dan Ijma'. Allah swt. Berfirman QS:al-Baqarah:275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Terjemahanya:*

*Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. .al-Baqarah :275).<sup>26</sup>*

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

*Terjemahanya:*

*Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari tuhanmu (Q.S. .al-Baqarah :198).<sup>27</sup>*

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ

*Terjemahanya:*

*Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu (Q.S. al-Nisā' :29).<sup>28</sup>*

<sup>26</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2005), hlm. 48

<sup>27</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2005), hlm.32

<sup>28</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2005), hlm.84

Para ulama fiqh ber'ijma bahwa hukum dari jual beli adalah mubah (boleh). Karena manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, hikmah dari jual beli itu sendiri dapat membantu manusia untuk kelangsungan hidupnya. Dan manusia tidak bisa hidup tanpa saling membantu sesamanya. Dan akan menjadi haram jika ada unsur yang menggugurkan kebolehnya.

#### **b. Rukun dan Syarat Jual Beli**

Agar jual beli dapat dilaksanakan secara sah dan memberi pengaruh yang tepat, harus direalisasikan beberapa syaratnya terlebih dahulu, baik yang berkaitan dengan penjual dan pihak pembeli dan kaitanya dengan objek yang diperjual belikan.

Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat. Menurut Mazhab Hanafi rukun jual beli hanya ijab dan Kabul. Menurut ulama mazhab Hanafi yang menjadi rukun jual beli hanyalah kerelaan antara kedua belah pihak untuk berjual beli. Ada dua indikator (*qarinah*) yang menunjukkan kerelaan dari kedua belah pihak, yaitu dalam bentuk perkataan (ijab dan qabul) dan dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang) untuk yang kedua dalam ilmu fiqh disebut dengan istilah (المعاطة بيع)<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam "Fiqh Muamalah"*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003) hlm. 118

Jumhur ulama membagi rukun jual beli menjadi empat:<sup>30</sup>

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- 2) *Sigat* (ijab dan kabul)
- 3) Ada barang yang dibeli (objek akad)
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang

Sedangkan syarat jual beli para ulama fiqih berpendapat bahwa transaksi jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:<sup>31</sup>

- a) Syarat orang berakad

*Pertama*, Berakal. Dengan syarat tersebut maka anak kecil yang belum berakal tidak boleh melakukan transaksi jual beli, dan jika telah terjadi transaksinya tidak sah. Jumhur ulama berpendapat, bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli itu harus telah akil baliq dan berakal. Apabila orang yang bertransaksi itu masih mumayyiz, maka transaksi jual beli itu tidak sah. Sekalipun mendapat izin dari walinya.

*Kedua*, Orang yang melakukan transaksi itu, adalah orang yang berbeda. Maksud dari syarat tersebut adalah bahwa seorang tidak boleh menjadi pembeli dan penjual pada waktu yang bersamaan.

- b) Syarat yang terkait dengan ijab qabul

Adapun barang yang diperjual belikan harus memenuhi syarat sebagai berikut:

---

<sup>30</sup>al- Kasani, *al-Bada'i al-Sana'i Fi Tartib al-Syara'i*, jilid IV,(Beirut: Dar Kutub al Ilmiyah,) hlm. 176

<sup>31</sup>Ibid,

- (1) Barang itu ada, atau tidak ada ditempat, tetapi pihak penjual menyatakan sanggup untuk mengadakan barang itu.
- (2) Barang tersebut dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Oleh karena itu keluar dari syarat ini adalah menjual khamar, bangkai haram untuk diperjual belikan, karena tidak bermanfaat bagi manusia dalam pandangan syara'
- (3) Milik seseorang. Maksudnya adalah barang yang belum milik seseorang tidak boleh menjadi objek jual beli, seperti menjual ikan yang masih di laut, emas yang masih dalam tanah, karena keduanya belum menjadi milik penjual.
- (4) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung, atau pada waktu yang telah disepakati.

### c. Etika Jual Beli Dalam Islam

Etika dalam berbisnis seperti yang telah diteladani Rasulullah saw. di mana sewaktu muda ia berbisnis dengan memperhatikan kejujuran, kepercayaan dan ketulusan serta keramah-tamahan.<sup>32</sup> Kemudian mengikutinya dengan penerapan prinsip bisnis dengan nilai *ṣiddīq, amānah, tablīgh, dan faṭānah*, serta nilai moral dan keadilan. Menurut Ahmad Azhar Basyir, keadilan adalah meletakkan sesuatu pada tempat yang sebenarnya atau menempatkan sesuatu pada

---

<sup>32</sup>Muhammad Abd Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1993), hlm. 288

proporsinya yang tepat dan memberikan kepada seseorang sesuatu yang menjadi haknya.<sup>33</sup>

Sifat yang diajarkan Islam dengan segala akhlak yang mulia merupakan sifat yang sebenarnya itu pula yang mesti diterapkan oleh para pengusaha produsen maupun konsumen atau baik penjual maupun pembeli sifat-sifat seperti berlaku (*al-amānah*), berbuat baik kepada kedua orang tua, memelihara kesucian diri (*al-iffah*), kasih sayang (*al-rahmān dan al-barrī*), berlaku hemat (*al-iqtiṣād*), menerima apa adanya dan sederhana (*qanā'ah dan zuhud*), perikelakuan baik (*Iḥsān*), kebenaran (*ṣiddīq*), pemaaf (*'afu*), keadilan (*'adl*), keberanian (*ayajā'ah*), malu (*hayā'*), kesabaran (*ṣabr*), berterima kasih (*Syukūr*), penyantun (*hindun*), rasa sepenanggungan (*muwāsaṭ*), kuat (*quwwah*)''.<sup>34</sup>

Sifat-sifat tersebut adalah yang mesti ditetapkan oleh umat Islam secara umum di masyarakat, dan sifat itu pula yang menjadikan Nabi Muhammad saw sebagai seorang pedagang yang berhasil tatkala melakukan perjalanan niaga baik untuk barang bawaan pamannya ataupun Khadijah sebelum menjadi istrinya.

Sifat yang melekat itu menjadikan keberhasilan yang tiada taranya bagi kemasyhuran Islam di kemudian hari yang berimbas pada

---

<sup>33</sup>Ahmad Azhar Basyir, *Negara dan Pemerintahan dalam Islam*, (Yogyakarta :UII Pres, 2000), hlm. 30.

<sup>34</sup>Sudarsono, *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja* (Jakarta: Bina Aksara, 1989), hlm.

kehidupan ekonomi. Sifat yang melekat itu dijadikan kode etik bagi umat Islam dan diterapkan dalam hal jual beli.

#### d. Jual Beli Yang Dilarang Dalam Islam

Dalam transaksi jual beli dianjurkan untuk menjauhi beberapa praktek yang merugikan orang lain diantaranya:

- 1) Larangan *garar*, menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya, atau biasa disebut belum pasti yang dapat merugikan pihak-pihak yang bertransaksi diantara mereka atau yang biasa disebut dengan spekulatif. Selain itu ada bentuk spekulatif yang disebut dengan istilah *Juzaf* yaitu jual beli yang biasanya suatu barang ditakar tetapi kemudian tidak dilakukan dengan takaran.<sup>35</sup> Sedangkan menurut Wahbah al-Zuhaili *garar* adalah *al-khida'* (penipuan), yaitu suatu tindakan yang didalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan.<sup>36</sup>
- 2) Larangan melakukan *tadlīs* menyembunyikan kondisi utuh dari barang baik secara kualitas maupun kuantitas.
- 3) Larangan melakukan transaksi riba, yaitu tambahan yang berasal dari usaha haram yang merugikan salah satu pihak dalam suatu transaksi.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup>Abdullah Al Mushlih dan Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Kontemporer*, (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 93-95

<sup>36</sup>Wahbah al- Zuhaili, *al-Fiqh* , ... hlm. 3409

<sup>37</sup>Abu Sura'i Abdul Hadi, *Bunga Bank Dalam Islam*.( Surabaya: al-Ikhlas, 1993), hlm. 21

- 4) Larangan melakukan judi dalam jual beli semisal dengan cara melemparkan kepada suatu barang yang akan dibeli jika kena maka jadi pembelian jika tidak maka pembelian tidak terjadi namun ongkos dari harga telah terbayarkan kepada penjual.<sup>38</sup>
- 5) Larangan menjual barang haram, Islam melarang menjual barang yang memeang karena haram secara zatnya. Hal itu dikarenakan akan berdampak kepada umat manusia yang tidak akan mendapatkan berkah dari jual beli atau bahkan berbahaya pada diri manusia itu.<sup>39</sup>

Hal di atas sejalan dengan firman Allah yang melarang melakukan kegiatan usaha dalam bentuk perjudian atau spekulasi.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رَجَسٌ مِّنْ  
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahanya :

*Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah<sup>40</sup>*

<sup>38</sup>Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Alquran tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 156-157

<sup>39</sup>Hulwati, *Transaksi Saham di Pasar Modal Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm. 44-45, lihat juga Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah" dalam Jurnal Walisongo, Vol 19, No. 1, Mei 2011, hlm. 146

<sup>40</sup>*al-Azlam* artinya: anak panah yang belum pakai bulu. orang Arab Jahiliyah menggunakan anak panah yang belum pakai bulu untuk menentukan Apakah mereka akan melakukan suatu perbuatan atau tidak. Caranya ialah: mereka ambil tiga buah anak panah yang belum pakai bulu. setelah ditulis masing-masing Yaitu dengan: lakukanlah, jangan lakukan, sedang yang ketiga tidak ditulis apa-apa, diletakkan dalam sebuah tempat dan disimpan dalam Ka'bah. bila mereka hendak melakukan sesuatu Maka mereka meminta supaya juru kunci ka'bah mengambil sebuah anak panah itu. Terserahlah nanti Apakah mereka akan melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sesuai dengan tulisan anak panah yang diambil itu. kalau yang terambil anak panah yang tidak ada tulisannya, Maka undian diulang sekali lagi.

adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. (Q.S..al-Maidah:90)<sup>41</sup>

#### e. Hak dan Kewajiban Antara Penjual dan Pembeli

Untuk menghindari dari kerugian salah satu pihak maka jual beli haruslah dilakukan dengan kejujuran, tidak ada penipuan, paksaan, kekeliruan dan hal lain yang dapat mengakibatkan persengketaan dan kekecewaan kedua belah pihak baik penjual maupun pihak pembeli dan seharusnya melaksanakan apa yang menjadi kewajiban masing-masing, pihak penjual menyerahkan barang jualan dan pihak pembeli menyerahkan uang sebagai bayaran dan hal lain perlunya ada pencatatan antara kedua belah pihak. Sebagai mana termaktub dalam al-Qur'an pada surat al-Baqarah: 282.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

*Terjemahanya:*

*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar (QS: al-Baqarah : 282)<sup>42</sup>*

## 2. MLM Syariah

### a. Pengertiann MLM Perspektif Syariah

*Multi Level Marketing* (MLM) adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung

<sup>41</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2005),hlm. 97

<sup>42</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 2005),hlm. 37



sekaligus sebagai konsumen. Sistem penjualan ini menggunakan beberapa level (tingkatan) di dalam pemasaran barang dagangannya.<sup>43</sup>

*Multi Level Marketing* merupakan rangkaian tiga kata yang mempunyai kesatuan arti dan pengertian. Secara bahasa (etimologi), “*multi*” dapat diartikan “banyak”,<sup>44</sup> “*level*” sama dengan “tingkatan”<sup>45</sup>, “*marketing*” berarti pemasaran, perdagangan, atau belanja.<sup>46</sup>

Secara istilah (terminologi) Peter J. Cloither, *multi level marketing* atau yang terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau penjualan langsung adalah bentuk pemasaran dan penjualan suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan yang dalam mekanismenya dilakukan oleh perorangan atau kelompok dengan membentuk jaringan secara berjenjang, kemudian dari hasil peolehan penjualan pribadi dan jaringan tersebut, pada setiap bulannya perusahaan akan memberikan bonus atau imbalan sebagai hasil usaha kerja mitra bisnis.<sup>47</sup>

Dalam fiqih muamalah dijelaskan juga bahwa pengertian *Multi Level Marketing* (MLM) adalah sebuah system pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga

---

<sup>43</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2012). hlm 298

<sup>44</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 671

<sup>45</sup>*Ibid*, hlm. 589

<sup>46</sup>John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English Indonesia Dictionary*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996).hlm. 33.

<sup>47</sup>Peter J. Cloither, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing : Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 10

pemasaran. Dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) adalah pemasaran berjenjang melalui jaringan distributor yang dibangun dengan menjadikan konsumen sebagai tenaga pemasaran.<sup>48</sup> Sehingga biaya distribusi barang sangat minim atau sampai titik nol.

*Multi Level Marketing* juga menghilangkan biaya promosi karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan system berjenjang (pelevelan).

Dalam *Multi Level Marketing* ada unsur jasa, artinya seorang distributor menjualkan barang-barang yang bukan miliknya dan ia mendapat upah dari presentase harga barang dan jika dapat menjual sesuai target dia mendapat bonus yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.<sup>49</sup>

Menurut Agustino, *Multi level Marketing* adalah merupakan sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Singkatnya, bahwa *Multi level Marketing* adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Ahmad Wardi Muslih, *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 613

<sup>49</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah...*, hlm.87

<sup>50</sup> Agustino, *Prospek MLM Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Republika 2002), hlm. 9

Lebih lanjut, Tampubolon mengungkapkan bahwa pengaturan jenjang organisasi jaringan ini sama dengan pengaturan *franchise* (berjenjang) di mana berbagai royalti dibayarkan dari hasil penjualan *franchisee* (terwaralaba) perorangan kepada *franchisor* (pewaralaba) perorangan yang dalam beberapa program *Multi Level Marketing* bisa berjenjang sampai tujuh level atau lebih penerima royalti dari penjualan seorang penjual.<sup>51</sup>

Sedangkan menurut Fauzia *Multi Level Marketing* adalah bisnis dengan teknik membangun organisasi jaringan distribusi dan pemasaran secara mandiri, dengan memangkas saluran pemasaran barang konsumsi dan barang produksi. Sebuah produk atau jasa dalam *Multi Level Marketing* akan ditawarkan secara satu-satu dan dijual langsung (*direct selling*) oleh tenaga penjual kepada konsumen yang juga merangkap menjadi penjual (distributor).<sup>52</sup>

Ketika seorang konsumen *Multi Level Marketing* memilih untuk menjadi konsumen dan juga penjual, maka sebagai *up line* ia harus merekrut konsumen baru untuk menjadi *down line*-nya. *Down line* tersebut lalu mendaftar terlebih dahulu kepada perusahaan *Multi Level Marketing* dan berhak menjadi *member* perusahaan tersebut, sehingga tidak mengherankan, pemasaran dengan sistem komunikasi yang khas tersebut mampu membentuk suatu jaringan (*network marketing*) yang

---

<sup>51</sup>Robert Tampubolon. *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support System dan Koperasi*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007) hlm. 22

<sup>52</sup>Ika Yunia Fauzia, *Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multilevel Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida HPA di Surabaya*. *Disertasi*, IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2011.

solid. Oleh karena itu, terkadang bisnis *Multi Level Marketing* ini sering juga disebut dengan *network marketing*.<sup>53</sup>

Sedangkan *Multi Level Marketing* Syariah adalah sebuah usaha MLM yang mendasarkan sistem operasinya pada prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, sistem bisnis *Multi Level Marketing* konvensional yang berkembang pada saat ini dicuci, dimodifikasi dan di sesuaikan dengan syariah. aspek-aspek haram dan syubhat dihilangkan dan diganti dengan nilai-nilai ekonomi syariah yang berlandaskan tauhid, akhlak, dan hukum muamalah.<sup>54</sup>

#### **b. Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)**

Penjualan langsung berjenjang syariah 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 sesuai dengan ketentuan syariah.<sup>55</sup>

Kuswara mengungkapkan Penjualan langsung berjenjang syariah adalah sebuah usaha *Multi Level Marketing* yang mendasarkan system operasinya pada prinsip-prinsip syariah.<sup>56</sup> Hilman Rosyad Syihab berpendapat dalam tulisanya di majalah *Network Busines* PLBS adalah produk yang halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada pelanggaran syariat, tidak ada pemaksaan,

---

<sup>53</sup>Ibid,

<sup>54</sup>Kuswara, *Mengenal MLM Syariah "Dari halal haram sampai pengelolaanya"*, (Tangerang: Amal Aktual 2005), hlm. 86

<sup>55</sup>Fatwa DSN-MUI, Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

<sup>56</sup>Kuswara, *Mengenal..*), hlm86

penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, dan pengurangan timbangan. Sedangkan Menurut Agustino PLBS adalah sebuah system pemasaran yang dalam penerapannya didasarkan pada nilai-nilai ekonomi syari'ah yang berlandaskan tauhid, akhlak dan hukum muamalah.<sup>57</sup>

### c. Ciri-Ciri PLBS

Banyaknya penawaran bisnis Penjualan Langsung Berjenjang atau MLM, di satu sisi mengakibatkan semakin banyaknya pilihan ketika kita bermaksud bergabung dengan sebuah usaha *Multi Level Marketing*. Agar pilihan tidak jatuh pada *Multi Level Marketing* yang kurang baik, ada beberapa ciri PLBS yang baik, sebagai berikut:<sup>58</sup>

#### 1) Pendaftaran

Uang pendaftaran haruslah relatif tidak terlalu mahal. Uang pendaftaran dapat diumpamakan sebagai uang pengganti pembuat kartu anggota, formulir, pencetakan *stater kit*, brosur, *company profil*, katalog produk, dan lain sebagainya.

#### 2) *Support System*

Terdapat pelatihan yang dilakukan oleh grupnya atau oleh perusahaan langsung yang dilakukan secara teratur. Pelatihan sangat penting untuk meningkatkan ketrampilan distributor dalam mengembangkan bisnis ini. Tanpa didukung sebuah sistem pendukung yang baik, para distributor tidak bisa menjamin akan

---

<sup>57</sup>Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, (Jakarta : Republika, 2002), hlm. 8

<sup>58</sup>Kuswara, *Mengenal..*), hlm. 44

mencapai kesuksesan sebagaimana yang diharapkan dalam sebuah bisnis *Multi Level Marketing*

### 3) Perusahaan

Perusahaannya harus jelas, yakni dapat berarti badan hukumnya ada, alamatnya juga diketahui secara pasti, kepemilikan gedung. Manajemen dan pemiliknya mempunyai reputasi baik, tidak mempunyai catatan kriminal, tidak cacat hukum, dan dikalangan para pebisnis mereka bukan orang tercela. Dari segi perijinan, haruslah memiliki Ijin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB) dari Deperindag. Lebih baik lagi jika tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung (APLI). Sistem informasi baik, terbuka, dan transparan dalam batas- batas tertentu.

### 4) *Bisnis Plan*

*Multi Level Marketing* lain ada pula yang menyebutnya dengan *Marketing Plan* untuk maksud yang sama, yaitu rencana pengembangan bisnis yang mengatur tata cara kerja, perhitungan bonus, dan persyaratan kenaikan jenjang. *Marketing Plan* harus jelas, realistis, transparan, mudah dipahami dan diaplikasikan.

### 5) Produk

Memiliki produk yang dijual, harganya wajar, dan berkualitas. *Multi Level Marketing* adalah sebuah sistem penjualan, pastilah harus ada produk yang dijual. Produk bisa berupa barang atau jasa. Selain itu harga harus sesuai nilai dan kualitasnya.

Dalam bisnis *Multi Level Marketing*, komisi dan bonus sangat berkaitan dengan prestasi distributor. Dalam sistem *Multi Level Marketing* yang benar, komisi dan bonus sama sekali bukan karena lebih awal atau lebih lama bergabung dengan usaha *Multi Level Marketing* yang diikutinya. Tetapi, benar-benar karena si distributor berhasil menunjukkan prestasi yang luar biasa dan menjadikan usaha *Multi Level Marketing* yang diikutinya meraih peningkatan omzet penjualan yang luar biasa pula.<sup>59</sup>

Walaupun tiap usaha *Multi Level Marketing* berbeda-beda dalam menggunakan istilah ini, tapi pada prinsipnya sama. Karena komisi dan bonus tersebut dimaksudkan sebagai penghargaan atas prestasi para distributornya, dan mendorong mereka bekerja lebih maksimal lagi. Komisi dan bonus pun berfungsi sebagai alat promosi yang diharapkan dapat menarik anggota baru untuk bergabung.<sup>60</sup>

#### **d. Fatwa DSN-MUI Tentang PLBS**

##### **1) Ketentuan Umum**

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang pedoman *Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)*, memiliki ketentuan umum antara lain sebagai berikut:<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup>*Ibid*, hlm. 53

<sup>60</sup>*Ibid*, hlm. 54

<sup>61</sup>Fatwa DSN-MUI *Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)* No. 75/DSN-MUI/VII/2009

- a) Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
- b) Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- c) Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- d) Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundangundangan yang berlaku.
- e) Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
- f) Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
- g) Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui



target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.

- h) *Igra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan halhal 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 atau pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
- j) *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
- k) Member get *member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- l) Mitra usaha atau stockist adalah pengecer atau retailer yang menjual atau memasarkan produk-produk penjualan langsung.

## 2) **Ketentuan Hukum PLBS**

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- a) Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa;
- b) Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram;
- c) Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur *garar*, *maysir*, *riba*, *ḍarar*, *ẓulm*, *maksiat*;
- d) Tidak ada harga dan biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh;
- e) Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usahadalam PLBS;
- f) Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan;
- g) Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;

- h) Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra*'.
- i) Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya;
- j) Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lainlain;
- k) Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut;
- l) Tidak melakukan kegiatan *money game*.

### 3) **Ketentuan Akad PLBS**

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS adalah:

- (a) Akad Bai'/Murabahah merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah;
- (b) Akad Wakalah bil Ujah merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah;
- (c) Akad Ju'alah merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah;

(d) Akad Ijarah merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.

(e) Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

### 3. *Money Game*

Secara bahasa “*money*” berarti “uang”<sup>62</sup>, sedangkan “*game*” adalah “permainan”<sup>63</sup>

Sedangkan menurut Kuswara, Konsep *money game* sangat merugikan masyarakat, karena sistemnya menggunakan skema piramida. Skema ini pada akhirnya akan membuat pasar menjadi jenuh. Dalam system *money game*, orang yang pertama masuk akan diuntungkan, sedangkan orang yang masuk belakangan pasti akan rugi.<sup>64</sup>

*Money game* dengan skema piramida mempunyai beberapa ciri-ciri di antaranya:<sup>65</sup>

- 1) Menjanjikan keuntungan yang sangat besar dalam waktu singkat tanpa usaha berarti.
- 2) Membujuk dengan menunjukkan contoh orang-orang yang berhasil mendapat keuntungan besar.

---

<sup>62</sup>Peter Salim, *The Contemporary English-Indonesian Dictionary*, (Jakarta : Media Eka Pustaka, 2006), hlm. 1416

<sup>63</sup>*Ibid*, hlm. 903

<sup>64</sup>*Ibid*, hlm.22

<sup>65</sup>*Ibid*, hlm.30

- 3) Peserta diperbolehkan mendaftar (dianjurkan) untuk mendaftar atau membeli kavling berkali-kali supaya meraih keuntungan besar.
- 4) Tidak memiliki barang atau jasa (produk) yang bermanfaat untuk dipasarkan ke konsumen.
- 5) Kalaupun ada produk harganya tidak masuk akal karena hanya sebagai kedok permainan uang.
- 6) Pendapatan utama diperoleh dari perekrutan orang, bukan dari penjualan.
- 7) Menggunakan prinsip gali lobang tutup lobang.
- 8) Tidak memiliki izin dari pemerintah, atau menggunakan izin yang disalah gunakan.

Tabel.2.2  
Perbedaan *Multi Level Marketing Syariah* dan Skema Piramida

No.	MLM Syariah	Skema Piramida
1.	Memiliki produk yang sudah mendapat sertifikat halal	Tidak memiliki produk
2..	Transaksi perdagangannya tidak ada unsur <i>garar</i> , <i>maysir</i> , <i>riba</i> . <i>dharar</i> dan <i>zulm</i> .	Transaksi mengandung unsur <i>garar</i> , <i>maysir</i> , <i>riba</i> . <i>dharar</i> dan <i>zulm</i> .
3.	Bonus berdasarkan volume hasil kerja anggota.	Bonus menguntungkan pendaftar lebih awal
4.	Bonus yang diperoleh jelas jumlahnya dan transparan	Tidak memiliki kejelasan dan tidak transparan.
5.	Pendaftaran cuma sekali dan berlaku seumur hidup.	Pendaftaran berkali-kali
6.	Ada pembinaan anggota (mitra usaha)	Tidak ada

7.	Tidak ada eksploitasi anggota	Eksploitasi anggota adalah tujuan
8.	Pemberian bonus tidak menimbulkan <i>igra</i> '	Menimbulkan <i>igra</i> '
9.	Prinsip operasionalnya dakwah dan bisnis.	Bisnis murni

Sumber : Dari berbagai sumber

Tabel.2.3  
Perbedaan *Multi Level Marketing* Konvensional dan Skema Piramida

No	<b><i>Multi Level Marketing (MLM) konvensional</i></b>	<b><i>Skema Piramida (Money Game)</i></b>
1.	Sudah di masyarakatkan dan diterima hampir di seluruh dunia.	Sudah banyak Negara yang melarang dan menindak perusahaan dengan system ini, bahkan pengusahanya ditangkap pihak berwajib.
2.	Berhasil meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan para anggotanya dari level atas sampai bawah	Hanya menguntungkan orang-orang pertama atau lebih dahulu bergabung sebagai anggota, atas kerugian yang mendaftar belakang.
3.	Keuntungan/keberhasilan distributor ditentukan dari hasil kerja dalam bentuk penjualan/pembelian produk/jasa yang bernilai dan berguna untuk konsumen.	Keuntungan/keberhasilan anggota ditentukan dari seberapa banyak yang bersangkutan merekrut orang lain yang menyeter sejumlah uang sampai terbentuk satu format piramida.
4.	Setiap orang hanya berhak menjadi distributor sebanyak satu kali saja.	Setiap orang boleh menjadi anggota berkali-kali dalam satu waktu tertentu, menjadi anggota disebut dengan "membeli kavling", jadi satu orang boleh membeli beberapa kavling.
5.	Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal, masuk akal dan imbalanya adalah starter kit yang senilai. Biaya pendaftaran tidak dimaksudkan untuk memaksakan pembelian produk	Biaya pendaftaran anggota sangat tinggi , biasanya disertai dengan produk yang jika dihitung harganya menjadi sangat mahal ( tidak sesuai dengan harga produk yang ada di pasaran). Jika seorang anggota lebih banyak merekrut orang lain , barulah

	dan bukan untuk mencari untung dari biaya pendaftaran.	yang bersangkutan mendapatkan keuntungan, dengan kata lain keuntungan didapat dengan merekrut lebih banyak anggota, bukan dengan penjualan lebih banyak.
6.	Keuntungan yang didapat distributor dihitung berdasarkan hasil penjualan dari anggota jaringannya.	Keuntungan yang didapat anggota dihitung berdasarkan system <i>rekruting</i> sampai terbentuk format tertentu.
7.	Jumlah orang yang direkrut anggota tidak dibatasi, tetapi dianjurkan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masing-masing.	Jumlah anggota yang direkrut dibatasi, jika ingin merekrut lebih banyak lagi, yang bersangkutan harus menjadi atau membeli lagi kavling baru.
8.	Setiap distributor sangat tidak dianjurkan bahkan dilarang menumpuk barang karena dbiDalam jualan langsung yang terpenting adalah produk yang dibeli bisa dipakai dan dirasakan khasiat atau kegunaanya oleh konsumen.	Setiap anggota sangat dianjurkan untuk menjadi anggota berkali-kali dimana setiap kali menjadi anggota harus membeli produk dengan harga yang tidak masuk akal, hal ini menyebabkan banyak sekali anggota yang menimbun barang dan tidak dipakai.
9.	Program pembinaan distributor sangat diperlukan agar didapat anggota yang berkualitas tinggi.	Tidak ada program pembinaan apapun juga, karena yang diperlukan hanya rekruting saja.
10.	Pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting, karena produk harus dijual sampai ketangan konsumen.	Tidak ada pelatihan produk, sebab komoditas hanyalah rekrut keanggotan. Produk dalam system ini hanyalah suatu kedok saja.
11.	Setiap <i>up line</i> sangat berkepentingan dengan meningkatnya kualitas dari para <i>downlinenya</i> , kesuksesan seorang distributor dapat terjadi jika <i>downlinenya</i> sukses. Keberhasilan <i>up line</i> ikut ditentukan keberhasilan <i>downline</i> .	Para <i>up line</i> hanya mementingkan rekruting orang baru saja. Apakah <i>downline</i> berhasil atau tidak, bukanlah merupakan perhatian <i>up line</i> .

12.	Merupakan salah satu peluang berusaha yang baik di mana setiap distributor harus terus melakukan pembinaan untuk jaringannya. Tidak bisa hanya menunggu.	Bukan merupakan suatu peluang usaha , karena yang dilakukan lebih menyerupai untung-untungan, dimana yang perlu dilakukan hanyalah “membeli kavling” dan selanjutnya hanyalah menunggu.
-----	--	---

Sumber: *apli.or.id*

Tabel 2.4  
Perbandingan MLM Syariah dan MLM Konvensional

No.	Ketentuan	<i>Multi Level Marketing Syariah</i>	<b>Multi Level Marketing Konvensional</b>
1.	Akad dan legalitas	Berdasarkan ketentuan hukum positif atau hukum Negara ,kode etik, dan prinsip Islam	Berdasarkan hokum positif dan kode etik
2.	Lembaga penyelesaian	Badan arbitrase muammalah Indonesia (BAMUI)	Pengadilan negeri
3.	Prinsip operasional	Dakwah dan bisnis	Bisnis murni
4.	Keuntungan usaha	Pemberdayaan lewat ZIS	Tidak dikenal
5.	Bentuk usaha dan produk	Halalan toyiban merupakan standar produk	Hganya sebagian sudah memperoleh sertifikat halal

Sumber : Dari berbagai sumber