

# ***Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Hukum Ekonomi Islam***

**Syahrudin**

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar  
Jl. HM Yasin Limpo No.36, Gowa - Indonesia  
Email : [200721100058@student.trunojoyo.ac.id](mailto:200721100058@student.trunojoyo.ac.id)

## ***Abstrak,***

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pandangan Hukum Ekonomi Islam tentang pelaksanaan *Multi Level Marketing* (MLM) dalam dunia bisnis. Selain itu, juga akan melihat ciri dan karakteristik *Multi Level Marketing* (MLM) yang sesuai dengan pandangan Hukum Ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang berupaya untuk membarikan gambaran mengenai ciri *Multi Level Marketing* dilihat dari sudut pandang hukum ekonomi Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis Nabi. Teknik pengumpulan data dengan cara mengutip langsung dan tidak langsung dari refrensi dan pustaka terkait. Adapun teknik pengolahan dan analisa data adalah bersifat deskriptif kualitatif dari data-data yang ada kemudian diinterpretasi untuk mengambil kesimpulan yang melahirkan implikasi dan rekomendasi. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *Multi level Marketing* (MLM) adalah dibolehkan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip muamalah.

**Kata Kunci:** Multi Level Marketing, Ekonomi Islam, Muamalah

## ***Abstract,***

*This research aims to look at the views of Islamic Economic Law regarding the implementation of Multi Level Marketing (MLM) in the business world. Apart from that, we will also look at the characteristics and characteristics of Multi Level Marketing (MLM) which are in accordance with the views of Islamic Economic Law. This research is a qualitative descriptive study, which attempts to provide an overview of the characteristics of Multi Level Marketing from the perspective of Islamic economic law which originates from the Koran and the Hadith of the Prophet. Data collection techniques by quoting directly and indirectly from references and related literature. The data processing and analysis techniques are qualitative descriptive in nature from existing data which is then interpreted to draw conclusions which give rise to implications and recommendations. The results of the research obtained show that Multi-level Marketing (MLM) is permissible as long as it does not conflict with the principles of muamalah.*

**Keywords:** Multi Level Marketing, Islamic Economics, Muamalah

## **PENDAHULUAN**

Perkembang bisnis di dunia modern sekarang ini sangatlah pesat kemajuannya, terutama dalam hal pemasaran atau penjualan yang awal mulanya hanya dikenal secara konvensional, kini mulai berkembang menjadi pemasaran atau penjualan yang bersifat *Onlin* melalui internet yang dapat diakses secara terbuka oleh siapa saja yang ingin menggelutinya. Bahkan di era modern ini telah lama berkembang sistem pemasaran atau penjualan berjenjang yang dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing* (MLM).

*Multi Level Marketing* (MLM) yang dikenal sebagai sistem pemasaran berjenjang atau bertingkat, memiliki keistimewaan yang sangat fantastis karena semua level atau tingkatan masyarakat dapat melakukannya, mulai dari masyarakat awam yang tidak pernah mengenal pendidikan formal hingga ke masyarakat profesional yang memiliki level pendidikan tertinggi, seperti seorang professor di dunia akademik. Demikian halnya dalam pencapaian keberhasilan di *Multi Level Marketing* (MLM), tidak berdasarkan tingkat pendidikan dan ke profesionalan, akan tetapi berdasarkan keuletan, ketekunan dan kesabaran dalam menjalankan usaha tersebut.

Keberadaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang tidak mempersyaratkan keprofesionalan inilah yang menyebabkan begitu cepat penyebarannya ke seluruh lapisan masyarakat, sehingga hampir seluruh kegiatan, baik yang bernuangsa bisnis, maupun yang tidak bernuangsa bisnis, semuanya di giring ke sistem *Multi Level Marketing* (MLM), seperti arisan, koperasi, haji, umrah dan kegiatan bisnis lainnya yang tidak memiliki produk untuk diperjual belikan, sehingga banyak mengundang kontroversi. Ironisnya aturan dan pengetahuan menyangkut *Multi Level Marketing* (MLM) bagi pihak pemerintah yang mengelola bidang perdagangan, tidaklah seimbang dengan invasi kegiatan *Multi Level Marketing* (MLM) yang begitu dahsyat dan telah merambah ke seluruh aspek kehidupan manusia tanpa memperhitungkan kelayakan dan kewajaran, apakah kegiatan usaha dimaksud boleh di *Multi Level Marketing*-kan atau tidak.

Terdapat kegiatan *Multi Level Marketing* (MLM) yang ada di era modern sekarang, terutama yang tidak memiliki produk dan hanya mengandalkan perekrutan anggota dengan peristilahan “kaki”, baik kaki itu berjumlah satu, dua atau tiga, sangatlah bertentangan dengan nilai-nilai ajaran agama Islam, terutama bila dilihat berdasarkan pandangan hukum ekonomi Islam.

M. Quraish Shihab (1996) dan Keraf (2012) mengartikan kata batil sebagai segala sesuatu yang bertentangan dengan ketentuan dan nilai agama, dan prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia sangat dipengaruhi oleh sistem nilai, termasuk sistem nilai masyarakat dalam beragama. Selain itu Ekonomi Islam termasuk aktivitas bisnis merupakan

implementasi sistem etika Islam dalam kegiatan ekonomi yang ditunjuk untuk pengembangan moral masyarakat.

Al-Qurtubi dalam menjelaskan tentang kata *an-taradin minkum* memberikan arti kerelaan atau keikhlasan dalam melakukan jual beli (Qurtubi, 1967). Selain masalah kerelaan yang diartikan sebagai keikhlasan, juga diperlukan sifat pengasih antara seorang penjual dan pembeli demi mencapai kasih sayang Allah swt. seperti yang digambarkan dalam hadis berikut ini:

حَدَّثَنَا عَمْرُو بْنُ عُثْمَانَ بْنِ سَعِيدِ بْنِ كَثِيرِ بْنِ دِينَارِ الْجَمْصِيِّ حَدَّثَنَا أَبِي حَدَّثَنَا أَبُو عَسَانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ الْمُكَدِّرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ رَجِمَ اللَّهُ عَبْدًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ سَمَحًا إِذَا اشْتَرَى سَمَحًا إِذَا اقْتَضَى (رواه البخاري والترمذي و ابن ماجه)

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami ‘Amr bin Utsman bin Sa’id bin Katsir bin Dinar al-Hamshiyu, telah menceritakan kepada kami ayahku, telah menceritakan kepada kami Abu Ghassan Muhammad bin Mutharrif dari Muhammad bin al-Munkadir dari Jabir bin Abdullah berkata, Rasulullah saw. bersabda: “Allah merahmati hamba yang pengasih (tidak menyakiti), apabila menjual ia pengasih, jika membeli ia pengasih dan jika memutuskan perkara (ia pengasih).” (HR. al-Bukhari, al-Turmudzi, dan Ibn Majah)

Ayat dan hadis tersebut di atas, menggambarkan bahwa setiap usaha, termasuk Multi Level Marketing (MLM), tidak boleh melanggar nilai-nilai agama Islam, seperti memakan harta secara bathil, tidak terdapat keredlaan, tidak terdapat keikhlasan, serta menyakiti dalam berusaha.

Berdasarkan pada uraian tersebut, maka artikel ini bertujuan untuk melihat pandangan Hukum Ekonomi Islam tentang pelaksanaan *Multi Level Marketing* (MLM) dalam dunia bisnis. Selain itu, juga akan melihat ciri dan karakteristik *Multi Level Marketing* (MLM) yang seusai dengan pandangan Hukum Ekonomi Islam.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Multi Level Marketing

Istilah *Multi Level Marketing* (MLM) adalah terdiri dari kata *Multi* yang berarti banyak, kemudian *Level* yang berarti berjenjang atau bertingkat, serta *Marketing* yang berarti pemasaran. Apabila ketiga kata tersebut digabungkan hingga menjadi *Multi Level Marketing* (MLM), maka berarti pemasaran yang banyak atau berjenjang. Dengan banyaknya anggota dari bisnis yang menggunakan sistem MLM ini karena selalu mengalami perkembangan dalam pelaksanaannya, maka menjadilah sebuah jaringan kerja, untuk itulah bisnis yang menggunakan cara MLM juga disebut *Network Marketing* yang berarti sistem pemasaran yang menggunakan jaringan (Tampubolon, 2004).

Berbicara tentang *Marketing* atau sering diistilahkan dengan pemasaran, tidaklah hanya menjual, tetapi memiliki pengertian yang lebih luas, seperti yang dijelaskan oleh Sukirno (2004). Menjelaskan bahwa pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang dan jasa-jasa, akan tetapi pemasaran mencakup kegiatan lain yang cukup kompleks, seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru, serta kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual (Sukirno, 2004).

Dalam kegiatan pemasaran, maka jenis benda yang dipasarkan perlu dibedakan kepada tiga golongan; (1) produk yang dapat diraba yang lebih dikenal sebagai barang, (2) jasa-jasa, dan (3) Produk lain yang tidak wujud seperti ide dan kesehatan (Sukirno, 2004). Pengertian pemasaran yang seperti ini dijadikan alasan sehingga dalam pelaksanaan *Multi Level Marketing* memasarkan sesuatu yang tidak ada produknya adalah sesuatu yang dapat dibenarkan.

Diistilahkan *Multi Level*, karena dalam pelaksanaannya merupakan sebuah organisasi distributor penjualan yang berjenjang banyak, atau organisasi distributor yang bertingkat-tingkat, tidak sekedar satu tingkat atau dua tingkat, tetapi banyak tingkat atau jenjangnya. Seseorang yang menjadi distributor, maka ia dapat mengajak orang lain untuk turut serta menjadi distributor pula, dan begitu pula selanjutnya siapapun yang menjadi distributor dapat mengajak orang lain untuk ikut bersama-sama, sehingga terbentuklah suatu kelompok distributor, ajakan untuk bergabung masuk dalam sebuah kelompok tidaklah terbatas sampai beberapa tingkat atau beberapa level pun tanpa dibatasi (Yusuf, 2004).

Banyaknya anggota kelompok dan tingkatan yang terus berkembang sehingga menjadilah sebuah jaringan kerja, sehingga *Multi Level Marketing* dapat disebut sebagai "*Network Marketing*" yaitu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja, dengan jalan penjualan langsung (*Direct Selling*), artinya penjualan yang dilaksanakan oleh MLM dilakukan secara langsung oleh wiraniaga kepada konsumen tanpa perantara, tidak melalui toko, swalayan, kedai atau warung, melainkan langsung kepada pembeli, yaitu pemasaran barang dan jasa langsung dari pabrik ke pemakai yang telah mendengar tentang produk dan jasa dimaksud melalui cerita dari mulut ke mulut yang dikenal dengan istilah "*Word of Mouth Advertising*" artinya iklan lewat mulut.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang berupaya untuk membarikan gambaran mengenai ciri Multi Level Marketing dilihat dari sudut pandang

hukum ekonomi Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis Nabi yang tidak diragukan lagi kebenarannya untuk dijadikan pedoman dalam melaksanakan bisnis, termasuk Multi Level Marketing yang sangat menyita perhatian banyak kalangan saat ini.

### **Teknik Pengumpulan dan Analisis Data**

Teknik pengumpulan data dengan cara mengutip langsung dan tidak langsung dari beberapa buku yang berkaitan erat dengan masalah multi level marketing, serta dengan jalan pegamatan mengenai pelaksanaan multi level marketing, baik melalui perusahaan atau kelompok yang melaksanakan usaha atau bisnis dengan cara multi level marketing.

Adapun teknik pengolahan dan analisa data adalah bersifat deskriptif kualitatif dari data-data yang ada kemudian diinterpretasi untuk mengambil kesimpulan yang melahirkan implikasi dan rekomendasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Syariat atau hukum Islam pada garis besarnya dapat dibagi menjadi dua bahagian, yaitu Pertama, ketentuan yang mengatur hubungan lahir antara seorang hamba dengan Allaw swt dalam rangka membangun suatu interaksi kepada sang penciptanya yang sering diistilahkan dengan *hablumminallah*, disebut syariat atau hukum ibadah. Kedua, ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan sesamanya yang sering diistilahkan dengan *hablumminannas*, disebut syariat muamalat (pergaulan) secara umum. Bila hubungan sesame manusia khusus berkenaan dengan kehartabendaan, disebut dengan muamalah Maliyah itulah yang disebut dengan ekonomi syariah (Rozalinda, 2016).

Dalam pembahasan ruang lingkup muamalah sangat luas, meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Persoalan yang diatur secara khusus dalam fikih muamalah adalah aktivitas ekonomi, sehingga kemudian memunculkan istilah hukum ekonomi Islam atau disebut fikih ekonomi syariah (Rozalinda, 2016). Beberapa pandangan tersebut di atas, dapat dipahami bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam *bisnis multi level marketing* adalah masuk dalam wilayah hukum ekonomi Islam.

Abdurrahman al-Jaziri dalam kitabnya *Al-Fiqh ala al-Mazahibil al-Arbaa'ah* dijelaskan bahwa, jual beli akan sah bila terpenuhi rukun dan syaratnya. Rukun jual beli di kalangan Hanafiah adalah ijab dan qabul, sementara di kalangan Jumhur ada empat, yaitu; Penjual dan Pembeli, harga dan barang, ijab dan kabul. Bila ditelusuri rukun dan syarat jual beli yang dijelaskan oleh jumhur ulama, maka dapat dipastikan bahwa jual beli yang dilakukan dalam sistim bisnis *multi level marketing*, memenuhi syarat dan rukun jual beli yang telah

ditetapkan, seperti yang dijelaskan oleh Tarmizi Yusuf bahwa jual beli harus memenuhi syarat sebagai berikut (usuf, 2000):

1. Ada penjual dan pembeli, yaitu pihak yang mempunyai produk untuk dijual dan orang yang ingin membeli produk tersebut
2. Ada barang atau produk yang diperjual belikan, tentunya produk yang tidak dilarang dalam Islam
3. Tidak ada paksaan bagi penjual untuk menjual dan pembeli untuk membeli. Semua dengan sadar, suka sama suka. Dilakukan oleh orang dewasa yang berakal dan sehat jasmani dan rohani
4. Ijab qabul, yaitu pernyataan bagi penjual bahwa produk tersebut dijual dan jawaban pembeli bahwa produk itu dibeli.

Bila ditelusuri secara cermat tentang rukun dan syarat dalam melaksanakan jual beli, tidaklah berbeda dengan apa yang dilaksanakan oleh MLM yang menjual produk, karena perbedaan antara seorang penjual secara konvensional dengan penjualan yang memakai sistem MLM dalam bentuk jaringan, hanyalah persoalan cara penjualannya yang dilakukan secara berjenjang dan memiliki tingkatan sesuai dengan jenjang keberhasilan dari usahanya menjual produk.

Pelaksanaan jual beli dalam menjalankan MLM tidaklah berbeda dengan jual beli yang disyariatkan oleh agama Islam, dimana MLM menawarkan produk kepada konsumen, harga produkpun jelas, jual beli dalam MLM pun dilaksanakan secara sadar, dan sebagian besar produk yang dipasarkan melalui MLM diberikan garansi, seperti kalau produk ternyata cacat atau tidak sesuai dengan kualitas yang disebutkan, maka produk dapat dikembalikan dan uangnya juga diberikan kepada si pembeli. Pengertian bisnis menurut Islam dijelaskan bahwa, setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu, salah satunya adalah melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis (Yusanto, 2002).

Berusaha dengan memakai sistem MLM adalah hukumnya boleh sepanjang tidak bertentangan dengan hukum ekonomi Islam. MLM adalah bisnis murni, sebab dalam prakteknya seseorang distributor MLM membeli produk di tempat yang ditentukan oleh perusahaan kemudian dijual kepada calon konsumen, jadi didalamnya ada unsur jual beli, dan salah satu syarat keberhasilan dalam menjalankan bisnis MLM adalah kejujuran dan selalu menepati janji. Jika seorang distributor menjual produk kepada konsumen dan konsumen tersebut adalah teman dekat, keluarga, tetangga tanpa mengatakan yang sebenarnya tentang produk yang dijual atau bahkan tidak menepati janji, maka hal ini dapat menyebabkan

hubungan antara keduanya putus dan akan kesulitan untuk memasarkan atau menjual pada masa-masa yang akan datang.

Muhammad Ismail Yusanto menjelaskan bahwa, setiap organisasi bisnis (besar maupun kecil), baik yang memproduksi barang maupun jasa akan melakukan fungsi dan aktivitas yang sama. Setidaknya terdapat enam pokok aktivitas yang digarap oleh sebuah entitas bisnis, yaitu (Yusanto, 2002):

1. Menciptakan atau memproduksi suatu barang atau jasa;
2. Memasarkan produk kepada konsumen;
3. Membuat dan mempertanggungjawabkan transaksi keuangan;
4. Merekrut, mempekerjakan, melatih, dan mengevaluasi karyawan;
5. Memperoleh dan mengelola dana;
6. Memproses informasi.

Berdasarkan keenam komponen aktivitas bisnis yang Islami tersebut di atas, bila dibandingkan dengan bisnis yang dijalankan oleh MLM, dapat dipastikan bahwa tidak terdapat sesuatu yang bertentangan, bahkan keenam komponen tersebut juga dilakukan dalam pelaksanaan bisnis MLM. Selanjutnya bila di lihat dari sisi organisasi bisnis dengan menjalankan fungsi-fungsi manajemen yang sama, seperti (Yusanto, 2002);

1. Merencanakan tujuan bisnis, apa yang ingin dicapai;
2. Mengorganisasi sumber daya yang dimilikinya;
3. Memepkerjakan orang untuk mengoperasikan bisnis;
4. Membimbing para karyawan untuk menjalankan bisnis;
5. Memantau kemajuan yang dicapai.

Bila dilihat fungsi-fungsi manajemen dari suatu organisasi bisnis, maka dapat dipastikan bahwa apa yang dijalankan dalam organisasi bisnis yang memakai jaringan MLM juga memiliki fungsi yang sama dengan apa yang dijalankan dalam bisnis yang bernuansa islami.

Berdasarkan rukun dan syarat jual beli serta fungsi suatu organisasi bisnis, maka apa yang dilakukan dalam pelaksanaan bisnis MLM kurang lebih sama dengan apa yang dilakukan dalam bisnis Islam bila di lihat dari sisi material persyaratan dalam suatu jual beli atau dalam suatu organisasi bisnis Islam.

Menentukan apakah MLM itu boleh atau tidak menurut pandangan hukum ekonomi Islam, maka harus dilihat secara seksama terhadap apa yang dilakukan dalam bisnis MLM, karena sampai pada saat sekrang, bisnis MLM masih banyak menimbulkan pro dan kontra, terlebih lagi banyaknya kasus money game, arisan berantai dan penggandaan uang yang menggunakan sistem MLM, boleh jadi menjadi salah satu penyebab ketidakpercayaan masyarakat.

Sebelum menjelaskan apakah MLM boleh atau tidak menurut pandangan hukum ekonomi Islam, dapat dilihat pada ketentuan berikut;

1. Prinsip dasar dalam setiap bentuk muamalah dalam Islam adalah mubah atau boleh. Olehnya itu setiap akad muamalah yang dilakukan manusia dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya adalah boleh selama tidak ada dalil yang menyatakan keharamannya. Hal tersebut sesuai dengan kaidah yang artinya; pada perinsipnya segala sesuatu itu hukumnya mubah sampai ada dalil yang menyatakan keharamannya. Olehnya itu seluruh bentuk jual beli, termasuk yang dilakukan dalam bisnis MLM yang memenuhi rukun dan syarat dibolehkan dalam Islam. Namun bila dalam pelaksanaannya terdapat karinah atau indikasi yang mengarah kepada bentuk yang terlarang, misalnya ada unsur tipuan, maka jual bel atau kegiatan bisnis tersebut menjadi terlarang.
2. Halal. Dalam suatu muamalah, benda yang akan ditransaksikan harus suci zatnya, sesuai dengan firman Allah Q.S al-Maidah/5:88 yaitu makanlah olehmu sesuatu yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang dengannya kamu beriman. *Halalan Tayyiban* pada ayat ini mengandung pengertian bahwa zat pada benda yang ditransaksikan harus halal dan cara memperoleh benda tersebut harus dengan cara yang halal pula. Dengan demikian, Islam tidak membenarkan seseorang melakukan muamalah terhadap benda yang haram secara zatnya, seperti bangkai, dan tidak dibenarkan melakukan muamalah terhadap benda yang diperoleh dengan cara yang tidak sah, seperti jual beli barang hasil curian, ciplakan dan sebagainya.
3. Sesuai dengan ketentuan syariat dan aturan pemerintah. Melakukan transaksi harus sesuai dengan apa yang diatur dalam syariat Islam dan peraturan pemerintah. Transaksi yang dilakukan dengan melawan hukum yang berlaku atau bertentangan dengan ketentuan syariat dipandang tidak sah (QS. An-Nisa/4:59). Muamalah yang dilakukan harus mematuhi dan mentaati ketentuan yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadis, ijma ulama serta peraturan pemerintah. Dengan dasar prinsip ini, maka segala transaksi yang membawa kearah positif atau kebaikan dapat dibenarkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syari'at. Sebaliknya, setiap transaksi yang membawa kearah negatif atau merugikan para pihak dilarang oleh syari'at. Begitu juga dengan muamalah yang dilakukan harus dapat merealisasikan tujuan syari'at, yaitu mewujudkan kemaslahatan dan menghindarkan kemudharatan dalam kehidupan manusia.
4. Asas Mamfaat. Benda yang akan ditransaksikan harus mempunyai mamfaat, baik mamfaat yang dapat dirasakan secara langsung, seperti buah-buahan, maupun tidak langsung, seperti bibit tanaman. Tidak dibenarkan melakukan transaksi terhadap benda

yang akan mendatangkan kesia-siaan bagi pihak yang berakad, karena kesia-siaan itu termasuk sikap mubazzir, dan orang yang melakukan tindakan mubazzir termasuk saudara syaitan (QS. Al-Isra'/17: 27)

5. Asas Maslahat. Prinsip ini sejalan dengan tujuan syari'at (maqashid syariah) yakni mendatangkan kemaslahatan dan menghindari kemudaratan pada setiap transaksi yang dilakukan. Misalnya, jual beli minuman keras dan jual beli lotre harus dilarang dengan ketat karena dampak negatif yang ditimbulkan lebih besar dari pada tingkat kemaslahatannya.
6. Asas Kerelaan. Setiap akad atau transaksi yang dilakukan dengan sesama manusia, harus dilakukan atas dasar suka sama suka atau kerelaan. Hal ini dilakukan agar dalam setiap transaksi tidak sah karena paksaan dan intimidasi pada salah satu pihak atau pihak lain (QS. An-Nisa/4 : 29). *An taradin* pada prinsip ini mengandung makna bahwa transaksi muamalah yang dilakukan adalah atas kemauan dan pemikiran sendiri, bukan atas dasar paksaan orang lain. Secara hukum, kerelaan atau suka sama suka merupakan persoalan batiniah dan tidak bias dibuktikan karena sulit untuk mengukur sejauhmana orang itu rela terhadap transaksi yang dilakukannya atau tidak. Hal ini menandakan bahwa kerelaan yang dilahirkan bagi akad yang dilakukan dalam aktivitas muamalah akan melahirkan rasa keadilan yang seimbang bagi sesama. Seseorang tidak dibenarkan melakukan transaksi yang mengandung tipuan, penindasan, dan pengambilan hak orang lain tanpa izin.
7. Niat. Niat merupakan sesuatu yang sangat menentukan nilai suatu perbuatan, karena hasil dari pada suatu perbuatan tergantung pada niat. Niat disyariatkan dalam Islam untuk membedakan antara perbuatan yang bernilai ibadah dengan perbuatan yang hanya semata kebiasaan atau rutinitas. Baik dan buruknya hasil transaksi, tergantung pada niat seseorang. Kalau seseorang melakukan jual beli atau transaaksi lainnya dengan niat karena Allah maka perbuatan yang dilakukannya akan bernilai ibadah di sisi-Nya. Akan tetapi jual beli atau transaksi bisnis lainnya dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, maka yang akan diperoleh hanyalah nilai materinya saja tanpa ada nilai ibadah didalamnya.
8. Asas Tolong Menolong. Manusia merupakan makhluk social yang senantiasa membutuhkan manusia lain dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hidupnya, untuk itu perlu dikembangkan sikap tolong menolong dengan sesama manusia dalam setiap aspek kehidupan. Setiap transaksi yang dilakukan harus ada unsur tolong menolong didalamnya. Misalnya, pada transaksi jual beli, pada dasarnya jika akad dilakukan dengan sebaik-baiknya, maka didalamnya sudah ada bentuk aplikasi tolong menolong dengan sesama manusia. Seorang penjual membutuhkan uang dari pembeli,

demikian juga seorang pembeli membutuhkan barang dari seorang penjual, maka secara tidak langsung masing-masing pihak telah menolong satu sama yang lainnya melalui akad jual beli. Inilah bentuk *ta'awun* yang disyariatkan dalam jual beli.

Kedelapan prinsip muamalah tersebut, dapat menjadi ukuran apakah kegiatan MLM yang dilakukan selama ini sesuai atau tidak. Kalau sesuai dengan delapan prinsip tersebut, maka MLM dibolehkan. Akan tetapi kalau dalam pelaksanaan MLM terdapat hal yang bertentangan dengan delapan prinsip muamalah tersebut, maka dapat dipastikan bahwa MLM tidak diperbolehkan atau dilarang dalam hukum ekonomi Islam.

## **KESIMPULAN**

Pandangan hukum ekonomi Islam terhadap pelaksanaan *Multi level Marketing* (MLM) adalah dibolehkan sepanjang tidak bertentangan dengan 8 (delapan) prinsip muamalah, yaitu: (1) Mubah dalam arti pelaksanaan MLM tidak ada dalil yang melarangnya, (2) Halal, dalam arti benda yang ditransaksikan harus suci zatnya, (3) Sesuai dengan ketentuan syariat dan ketentuan pemerintah, (4) Memiliki mamfaat, (5) Mendatangkan kemashlahatan, (6) Mengandung asas kerelaan, (7) Didahului dengan niat karena Allah, dan (8) Harus terdapat asas tolong menolong.

Adapun ciri-ciri *Multi Level Marketing* (MLM) yang sesuai dengan pandangan hukum ekonomi Islam adalah MLM yang memenuhi rukun dan syarat jual beli sesuai yang disyariatkan agama Islam. Sedangkan multi level marketing yang tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli, terutama yang tidak memakai produk, tetapi hanya berdasarkan uang pendaftaran, maka MLM yang demikian dilarang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Bustani, Fu'ad Ifran, *Munjid Thullab*, Beirut: Darul Masyruq, 1974  
Al-Qurtubi, AbiAbdillah Muhammad bin Ahmad al-Anshari, *Tafsir Al-Qurtubi*, Juz II, Al-Qahira, 1387 H = 1967 M
- Al-Bukhari, al-Ja'fi Muhammad bin Ismail Abu Abdullah, *Shahih Bukhari*, Ditahqiq oleh Dr. Mustafa Daib Al-Bagha, Dar Ibnu Katsir, al-Yamamah, Jilid II, Cet. III, Beirut, 1987
- Ali, Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Cet. I; Jakarta : Sinar Grafika, 2008
- Alma, Bukhari, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, Cet. III; Bandung : CV Alfabeta, 2003
- Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis, Pengelolaan Bisnis dalam Era llobalisasi*, Cet.. I; Jakarta : PT Rineka Cipta 2007
- Amirullah dkk, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Cet. I; Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu, 2005
- Alan Lovell and Colin Fisher, *Business Ethics and Values*, First publised, Edinburgh, Harlow, 2003

- Abdillah, Mujiyono, *Dialektika Hukum Islam Perubahan Sosial Sebuah Refleksi Sosiologis atas Pemikiran Ibn Qayyim al-Jauziyyah*, Cet. I; Surakarta : Muhammadiyah University Press, 2003
- Atmasasmita, Romli, *Pengantar Hukum Kejahatan Bisnis*, Edisi II; Cet. I; Jakarta : Prenada Media, 2003
- Adeng Mukhtar Ghazali, *Pemikiran Islam Kontemporer Suatu Refleksi Keagamaan yang Dialogis*, Cet. I; Bandung : CV Pustaka Setia, 2005
- Al-Gazali, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid II, Jakarta: CV Faizan, t.th
- Boisard, Marcel A., *Humanisme dalam Islam*, Cet. I; Jakarta : Bulan Bintang, 1980
- Badrin, Faisal dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. I, Jakarta: Kencana, 2006
- Beekun, Rafika Issa, *Islamic Business Atics*. Yang diterjemahkan oleh muhammad, dengan judul; *Etika Bisnis Islam*. Cet. I, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004
- Baidan, Nasaruddin dkk, *Etika Islam dalam Berbisnis*, Cet. I; Jawa Tengah, Zada Hanifa, 2008
- Curtis, Dan B, dkk. *Business and Profesional Commonication*, diterjemahkan oleh Nanan Kandagasari dkk. Dengan judul ; *Komunikasi Bisnis dan Profesional*, Cet. V; Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. III; Jakarta : Balai Pustaka, 1990
- Dawwabah, Asyraf Muhammad. *Nahwa Rajul Ainil Islami*, diterjemahkan oleh Imam GM. Dengan judul; *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah, Membumikan kembali Etika Bisnis Rsulullah*. Cet. I, Semarang : Pt Pustaka Rizki Putr, 2006
- Engel, Jamaes F. dkk. *Perilaku Konsumen*, Cet. I; Jakarta : PN.Binarupa Aksara, 1994
- Fakhrurrozi, Muhammad, *Budaya Industri Pemasaran Jaringan di Indoesia*, Cet. I; Yogyakarta: etbooks Press, 2003
- Fauroni, Lukman, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*. Cet. I, Yogyakarta : Magistra Insani Press, 2006
- Fuady, Munir, *Pengantar Hukum Bisnis, Menata Bisnis Modern di Era Global*, Cet. II; Bandung : Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, 2005
- G.Velasquez, Manuel, *Business Ethic, Consep and Cases*, diterjemahkan oleh Ana Purwaningsih dkk dengan judul; *Etika Bisnis, Konsep dan Kasus*, Edisi 5 Yogyakarta : PN Andi, 2005
- Harefa, Andrias, *10 Kiat Sukses Distributor MLM*, Cet. IV; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002
- , *MLM Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millenium Ketiga*, Cet. III; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1990
- , *MLM Dan Penggandaan Uang*, Cet. I; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Harun, Muhammad Abdusalam, *Mu'jam Maqays al-Lughah*. Juz II, Darul al- Fikri, 395
- Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, Cet. I; Jakarta : Bumi Aksara, 2008.
- Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam, Telaah Analitik Terhadap Fungsi-Fungsi Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995
- Mas'udi, Gufron, *Fiqhi Muamalah Kontekstual*. Cet. I, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002

- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, Jakarta : Penerbit PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. I; Yogyakarta : Penerbit Ekonisia, 2003
- Mahmudunnasir, Syed, *Islam Konsepsi dan Sejarahnya*. Cet. IV; Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1994
- Mente, Boye De, *Chinese Etiquette & Ethics in Business*, diterjemahkan oleh Anas Sidik dengan judul : *Etiket dan Etika Bisnis dengan Orang Cina*, Cet. I; Jakarta : Bumi Aksara, 1991
- Nasution, Harun, *Islam Rasional, Gagasan dan Pemikiran*, Cet. II; Bandung : Penerbit Mizan, 1995
- Nasution, Mustafa Edwin dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Cet. II; Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007
- Qardhawi, Yusuf al. *Ijtihad Kontemporer Kode Etik dan Berbagai Penyimpangan*, Cet. I; Surabaya : Penerbit Risalah Gusti, 1995
- Rusyd, Ibnu, *Bidayah al-Mujtahid*, Jilid I; Cet. I; Jakarta : Pustaka Amani, 1995
- Rudy, T.May, *Bisnis Internasional, Teori, Aplikasi, Operasionalisasi*, Cet. I; Bandung : PT Refika Aditama, 2002
- Rais, Mohammad Amin, *Agenda Mendesak Bangsa, Selamatkan Indonesia*, Cet. Ekstra, Yogyakarta : PPSK Press, 2008
- Sholahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007.
- Shadr, Syahid Muhammad Baqir ash, *Islam and Schools of Economics*, diterjemahkan M. Hashem dengan judul ; *Keunggulan Ekonomi Islam, Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Kerangka Pemikiran Sistem Islam*, Cet. I; Jakarta : Pustaka Zahra, 2002.
- Shihab, M. Quraish, *Wawasan Al-Qur'an*. Cet. VI, Bandung : PN. Mizan, 1996.
- Syahata, Husain, *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*, Cet. I; Jakarta : Pisi Insani Publishing, 2005.
- Salam, Burhanuddin, *Etika Sosial, Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, Cet. I; Jakarta : PT Rineka Cipta, 1997
- Syaltut, Mahmud, *Al-Islamu Aqidatun wa Syariatun*, Diterjemahkan oleh Ir Abdurrahman Zain dengan judul; *Islam Aqidah dan Syari'ah*, Cet. I; Jakarta : Pustaka Amani, 1966
- Tracy, Brian. *MLM Sukses*, Cet. I; Jakarta: PT Delapratasa Publishing, 2005
- Yusuf, Tarmidzy. *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, Cet. I : Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000
- Yusanto, Muhammad Ismail dkk, *Menggagas Bisnis Islami*, Cet. VI; Jakarta : Gema Insani, 2006
- Yunus, Kaharuddin, *Sistem Ekonomi Menurut Islam (Islamisme)*, Jilid I & II, Jakarta: Penerbit Fikiran Baru, 1955