

# Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Sistem Multi Level Marketing (MLM) Syariah

Mohd. Winario<sup>1</sup>, Saru Reza<sup>2</sup>, Hidayat<sup>3</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Bangkinang, Riau-Indonesia  
Email Korespondensi: [mohd.winario@universitaspahlawan.ac.id](mailto:mohd.winario@universitaspahlawan.ac.id)

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the sharia Multi-Level Marketing (MLM) system from the perspective of muamalah jurisprudence and determine its compliance with Islamic legal principles. The study uses a qualitative approach with library research. Data were obtained through documentation studies from various sources such as books, scientific journals, articles, and the DSN-MUI Fatwa Number 75/DSN-MUI/VII/2009 concerning Guidelines for Sharia Multi-Level Direct Selling. The data analysis technique was carried out using descriptive qualitative techniques by examining the concept, mechanisms, and practices of sharia MLM based on the principles of muamalah jurisprudence. The results of the study indicate that sharia MLM is basically permissible if it meets sharia principles, such as the presence of halal and real products, clear contracts, a fair bonus system, and does not contain elements of usury, gharar, maysir, tadlis, and member exploitation. However, in practice, several companies are still found using the sharia label without implementing sharia principles comprehensively. Practices that emphasize member recruitment more than selling real products tend to resemble pyramid schemes that are contrary to Islamic law. Therefore, oversight, transparency, and public education are necessary to ensure that Sharia-compliant MLM practices adhere to the principles of Islamic jurisprudence (fiqh) and create a fair and halal business system.*

*Keywords: Fiqh Muamalah, System, Multi-Level Marketing, Sharia*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem Multi Level Marketing (MLM) syariah dalam perspektif fiqh muamalah serta mengetahui kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Data diperoleh melalui studi dokumentasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menelaah konsep, mekanisme, dan praktik MLM syariah berdasarkan prinsip fiqh muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MLM syariah pada dasarnya diperbolehkan apabila memenuhi prinsip syariah, seperti adanya produk halal dan nyata, akad yang jelas, sistem bonus yang adil, serta tidak mengandung unsur riba, gharar, maysir, tadlis, dan eksploitasi anggota. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa perusahaan yang menggunakan label syariah tanpa menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh. Praktik yang lebih menekankan perekrutan anggota dibanding penjualan produk nyata cenderung menyerupai skema piramida yang bertentangan dengan hukum Islam. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan, transparansi, dan edukasi masyarakat agar praktik MLM syariah berjalan sesuai prinsip fiqh muamalah dan menciptakan sistem bisnis yang adil serta halal.

Kata Kunci: Fiqh Muamalah, Sistem, Multi Level Marketing, Syariah

## PENDAHULUAN

Perkembangan sistem perdagangan modern telah melahirkan berbagai bentuk strategi pemasaran yang semakin kompleks, salah satunya adalah sistem Multi Level Marketing (MLM) (Anantor, 2021). Sistem ini berkembang pesat di berbagai negara, termasuk di Indonesia, karena dianggap mampu memberikan peluang usaha dengan modal relatif kecil dan potensi keuntungan yang besar. MLM merupakan metode pemasaran berjenjang yang melibatkan anggota sebagai konsumen sekaligus distributor produk. Dalam praktiknya, anggota memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produk maupun perekrutan anggota baru ke dalam jaringan bisnis. Sistem ini semakin populer seiring berkembangnya teknologi informasi dan media digital yang mempermudah proses promosi dan perekrutan anggota secara luas (Ardiansyah et al., 2024).

Di tengah berkembangnya bisnis MLM, muncul konsep MLM syariah yang diklaim beroperasi sesuai prinsip-prinsip hukum Islam (Humairo, 2022). MLM syariah hadir sebagai alternatif bagi masyarakat Muslim yang ingin menjalankan bisnis tanpa melanggar ketentuan syariat. Konsep ini berusaha menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti riba, gharar, maysir, penipuan, dan eksploitasi anggota. Kehadiran MLM syariah menunjukkan adanya upaya integrasi antara sistem bisnis modern dengan prinsip fiqh muamalah. Namun demikian, praktik MLM syariah masih menimbulkan berbagai perdebatan di kalangan ulama dan akademisi mengenai keabsahan akad, sistem bonus, mekanisme perekrutan, dan orientasi keuntungan yang diterapkan dalam bisnis tersebut (Bahardin, 2011).

Dalam fiqh muamalah, setiap bentuk transaksi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang melarangnya. Kaidah "al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah" menegaskan bahwa hukum asal muamalah adalah boleh (Ginting, 2025). Akan tetapi, kebolehan tersebut harus memenuhi prinsip keadilan, keterbukaan, kerelaan antar pihak, serta terhindar dari unsur gharar, riba, tadelis, dan dzalim. Oleh karena itu, praktik MLM perlu ditinjau secara mendalam agar dapat diketahui apakah sistem yang diterapkan benar-benar sesuai dengan prinsip syariah atau justru mengandung unsur yang bertentangan dengan ketentuan Islam. Dalam banyak kasus, masyarakat sulit membedakan antara MLM syariah yang sesuai syariat dengan skema money game berkedok syariah yang hanya memanfaatkan label Islam sebagai strategi pemasaran (Ardiansyah et al., 2024).

Fenomena MLM syariah menjadi menarik untuk dikaji karena di satu sisi sistem ini menawarkan peluang ekonomi dan pemberdayaan masyarakat, tetapi di sisi lain sering menimbulkan polemik hukum. Banyak perusahaan MLM menggunakan istilah "syariah" untuk menarik minat masyarakat Muslim, padahal belum tentu seluruh mekanisme bisnisnya sesuai dengan prinsip fiqh muamalah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa praktik MLM tertentu masih mengandung unsur eksploitasi anggota, ketidakjelasan bonus, serta orientasi perekrutan yang lebih dominan dibanding penjualan produk. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakadilan bagi anggota yang berada pada level bawah karena keuntungan lebih banyak dinikmati oleh anggota lama atau level atas (Ardiansyah et al., 2024).

Selain itu, sistem bonus dalam MLM sering menjadi titik perdebatan utama dalam perspektif hukum Islam. Sebagian ulama membolehkan MLM apabila keuntungan diperoleh dari penjualan produk yang halal dan berkualitas serta sistem bonus diberikan secara adil dan transparan. Namun, sebagian ulama lainnya menilai bahwa praktik MLM cenderung mengandung unsur gharar dan maysir karena keuntungan anggota sangat bergantung pada perekrutan anggota baru. Bahkan terdapat pandangan yang menyatakan bahwa beberapa sistem MLM menyerupai skema piramida yang merugikan anggota di level bawah. Oleh sebab itu, diperlukan kajian fiqh muamalah yang komprehensif untuk menilai sejauh mana MLM syariah benar-benar memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis modern (Bahardin, 2011).

Di Indonesia, legalitas MLM syariah diperkuat dengan adanya Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Fatwa tersebut mengatur berbagai ketentuan yang harus dipenuhi perusahaan MLM agar sesuai dengan prinsip syariah, seperti adanya produk nyata, akad yang jelas, bonus berdasarkan prestasi kerja nyata, dan larangan praktik eksploitasi anggota. Kehadiran fatwa ini menjadi landasan penting dalam pengembangan bisnis MLM syariah di Indonesia. Akan tetapi, implementasi fatwa tersebut di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait pengawasan dan konsistensi perusahaan dalam menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh (Abror et al., 2026).

Kajian mengenai MLM syariah juga penting dilakukan karena perkembangan ekonomi digital telah memperluas jaringan bisnis MLM melalui media sosial dan platform daring. Saat ini banyak perusahaan MLM memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat perekrutan anggota dan pemasaran produk. Kondisi ini menyebabkan masyarakat semakin mudah terlibat dalam bisnis MLM tanpa memahami secara mendalam sistem dan risiko yang ada. Tidak sedikit kasus kerugian masyarakat akibat bergabung dengan bisnis berkedok MLM syariah yang ternyata lebih menekankan perekrutan anggota dibanding penjualan produk nyata. Fenomena tersebut menunjukkan perlunya edukasi dan pemahaman fiqh muamalah agar masyarakat mampu menilai kehalalan suatu sistem bisnis secara kritis dan objektif (Annisa et al., 2026).

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan pandangan mengenai hukum MLM syariah. Sebagian penelitian menyimpulkan bahwa MLM dapat dibolehkan apabila memenuhi syarat syariah seperti produk halal, akad jelas, dan bonus berdasarkan penjualan riil. Sementara itu, penelitian lain menyatakan bahwa MLM cenderung mengandung unsur yang dilarang seperti gharar, manipulasi, dan eksploitasi jaringan anggota. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa pembahasan mengenai MLM syariah masih relevan dan membutuhkan kajian lebih lanjut, khususnya dalam perspektif fiqh muamalah kontemporer (Aravik, 2017).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai tinjauan fiqh muamalah terhadap sistem Multi Level Marketing (MLM) syariah menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konsep, mekanisme, dan keabsahan MLM syariah dalam perspektif hukum Islam. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ekonomi syariah serta menjadi referensi bagi masyarakat dalam memilih dan menjalankan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, praktik bisnis yang berkembang di tengah masyarakat tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menjunjung tinggi nilai keadilan, kejujuran, dan keberkahan sesuai ajaran Islam.

## LITERATUR REVIEW

Kajian mengenai sistem Multi Level Marketing (MLM) syariah dalam perspektif fiqh muamalah telah banyak dilakukan oleh para akademisi dan praktisi ekonomi Islam. Pembahasan ini umumnya berfokus pada aspek kehalalan akad, sistem bonus, mekanisme perekrutan anggota, serta kesesuaian praktik bisnis MLM dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam ekonomi Islam, aktivitas bisnis pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang seperti riba, gharar, maysir, penipuan, dan kedzaliman. Oleh karena itu, keberadaan MLM syariah menjadi salah satu fenomena ekonomi modern yang menarik untuk dikaji lebih mendalam.

Secara konseptual, MLM merupakan sistem pemasaran berjenjang yang memanfaatkan jaringan anggota untuk mendistribusikan produk dan memperluas pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mufidah, MLM adalah strategi pemasaran yang memberikan kesempatan kepada setiap anggota untuk memperoleh keuntungan dari penjualan produk dan perekrutan anggota baru dalam jaringan bisnis tertentu. Sistem ini berkembang pesat karena dinilai efektif dalam meningkatkan penjualan produk tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Namun, dalam perspektif fiqh muamalah, sistem tersebut harus memenuhi prinsip keadilan dan transparansi agar tidak merugikan pihak tertentu (Bahardin, 2011).

Dalam fiqih muamalah dikenal kaidah dasar bahwa seluruh bentuk transaksi diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Kaidah ini dikenal dengan istilah *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah illa an yadulla dalil 'ala tahrimiha*. Berdasarkan prinsip tersebut, sebagian ulama berpendapat bahwa MLM dapat dibolehkan apabila memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti adanya produk halal, sistem akad yang jelas, pembagian bonus yang adil, serta tidak adanya unsur eksploitasi anggota. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhadi menjelaskan bahwa MLM syariah pada dasarnya merupakan bentuk inovasi bisnis modern yang dapat diterima dalam Islam selama operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah (Ardiansyah et al., 2024).

Kajian lain menyoroti bahwa praktik MLM sering kali menimbulkan polemik karena dianggap lebih menekankan perekrutan anggota daripada penjualan produk. Menurut penelitian Rahmawati, beberapa perusahaan MLM menggunakan sistem bonus yang bergantung pada jumlah anggota baru yang direkrut sehingga menyerupai skema piramida (*pyramid scheme*). Dalam perspektif fiqih muamalah, sistem semacam ini dipandang bermasalah karena dapat mengandung unsur gharar dan maysir. Gharar muncul akibat ketidakjelasan keuntungan yang diperoleh anggota baru, sedangkan maysir muncul karena keuntungan lebih banyak bergantung pada keberuntungan dalam membangun jaringan dibanding aktivitas jual beli yang nyata (Annisa et al., 2026).

Selain unsur gharar dan maysir, persoalan eksploitasi anggota juga menjadi perhatian utama dalam kajian MLM syariah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam praktik tertentu, anggota level bawah sering mengalami kerugian karena harus membeli produk dalam jumlah besar untuk memenuhi target tertentu. Sementara itu, anggota level atas memperoleh keuntungan lebih besar dari sistem jaringan yang terbentuk. Menurut penelitian Siregar, kondisi tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam karena menyebabkan distribusi keuntungan yang tidak seimbang. Dalam fiqih muamalah, transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan dan tidak boleh mengandung unsur kezaliman terhadap salah satu pihak (Aravik, 2017).

Di Indonesia, pembahasan mengenai MLM syariah semakin berkembang setelah Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan Fatwa Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Fatwa ini menjadi pedoman penting dalam menentukan keabsahan praktik MLM syariah. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa MLM syariah harus memenuhi beberapa ketentuan, antara lain memiliki produk yang halal dan nyata, tidak mengandung unsur penipuan, bonus diberikan berdasarkan hasil kerja nyata, serta tidak menimbulkan eksploitasi anggota. Penelitian oleh Hidayat menyebutkan bahwa fatwa DSN-MUI memberikan landasan hukum yang jelas bagi perusahaan MLM syariah untuk menjalankan bisnis sesuai prinsip Islam (Abror et al., 2026).

Meskipun demikian, implementasi fatwa tersebut di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa perusahaan MLM mengklaim menggunakan sistem syariah, tetapi dalam praktiknya masih ditemukan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzi menunjukkan bahwa sebagian perusahaan MLM hanya menggunakan label syariah sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat Muslim tanpa menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh. Hal ini menyebabkan munculnya keraguan masyarakat terhadap legalitas dan kehalalan sistem MLM syariah (Bahardin, 2011).

Selain itu, perkembangan teknologi digital turut memengaruhi sistem MLM modern. Saat ini banyak perusahaan MLM memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk melakukan promosi dan perekrutan anggota secara daring. Menurut penelitian Fitriani, digitalisasi MLM memberikan kemudahan dalam memperluas jaringan bisnis, tetapi juga meningkatkan risiko penyalahgunaan sistem. Banyak masyarakat yang tertarik bergabung karena tergiur janji keuntungan besar tanpa memahami mekanisme bisnis secara detail. Akibatnya, tidak sedikit anggota yang mengalami kerugian finansial karena sistem yang dijalankan ternyata lebih mengarah pada praktik money game daripada perdagangan riil

(Annisa et al., 2026).

Dalam perspektif fiqih muamalah kontemporer, para ulama memiliki pandangan yang berbeda mengenai hukum MLM syariah. Sebagian ulama membolehkan MLM dengan syarat adanya produk nyata dan sistem bonus yang adil. Pendapat ini didasarkan pada prinsip kebolehan muamalah selama tidak terdapat unsur yang diharamkan. Namun, sebagian ulama lain cenderung mengharamkan MLM karena dinilai mengandung unsur eksploitasi, gharar, dan manipulasi sistem bonus. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa MLM syariah merupakan persoalan ijthadiyah yang memerlukan kajian mendalam berdasarkan praktik yang terjadi di lapangan (Aravik, 2017).

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa MLM syariah memiliki peluang untuk menjadi sistem bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam apabila dijalankan secara transparan, adil, dan berorientasi pada penjualan produk nyata. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai penyimpangan yang bertentangan dengan prinsip fiqih muamalah. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang ketat serta edukasi kepada masyarakat agar mampu membedakan antara MLM syariah yang benar-benar sesuai syariat dengan praktik bisnis berkedok syariah yang merugikan masyarakat. Kajian literatur ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai tinjauan fiqih muamalah terhadap sistem MLM syariah masih relevan untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keabsahan dan implementasi sistem tersebut dalam ekonomi Islam modern.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis konsep serta praktik Multi Level Marketing (MLM) syariah berdasarkan perspektif fiqih muamalah. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber data yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), serta dokumen lain yang berkaitan dengan sistem MLM syariah dan hukum ekonomi Islam. Sumber-sumber tersebut diperoleh melalui database ilmiah seperti Google Scholar, jurnal nasional, dan literatur ekonomi syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu mengenai MLM syariah. Data yang dikumpulkan meliputi konsep dasar MLM, mekanisme operasional MLM syariah, prinsip-prinsip fiqih muamalah, serta ketentuan hukum Islam terkait transaksi bisnis modern. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah sebagai landasan normatif dalam menganalisis kesesuaian praktik MLM dengan prinsip syariah.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang telah dikumpulkan kemudian diklasifikasikan, dipahami, dan dianalisis secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan mengenai keabsahan sistem MLM syariah dalam perspektif fiqih muamalah. Analisis dilakukan dengan membandingkan praktik MLM syariah terhadap prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, transparansi, kejujuran, serta larangan unsur riba, gharar, maysir, dan eksploitasi dalam transaksi ekonomi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan sistem Multi Level Marketing (MLM) syariah di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat terhadap model bisnis yang diklaim sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. MLM syariah hadir sebagai alternatif dari sistem pemasaran konvensional yang sering dipandang mengandung unsur gharar, maysir, dan eksploitasi anggota. Dalam praktiknya, MLM syariah menerapkan sistem penjualan langsung berjenjang dengan memanfaatkan jaringan anggota untuk memasarkan produk sekaligus memperluas jaringan

bisnis. Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai literatur dan fatwa syariah, ditemukan bahwa keabsahan MLM syariah sangat bergantung pada mekanisme operasional yang diterapkan oleh perusahaan.

Dalam perspektif fiqh muamalah, hukum asal transaksi adalah boleh selama tidak terdapat unsur yang dilarang oleh syariat Islam. Prinsip ini didasarkan pada kaidah *al-ashlu fil mu'amalat al-ibahah illa an yadulla dalil 'ala tahrimiha* yang berarti bahwa setiap bentuk muamalah diperbolehkan kecuali terdapat dalil yang melarangnya. Berdasarkan kaidah tersebut, MLM syariah dapat dibolehkan apabila memenuhi prinsip-prinsip syariah seperti adanya akad yang jelas, produk yang halal, sistem bonus yang adil, serta tidak mengandung unsur penipuan dan eksploitasi. Dengan demikian, tidak semua praktik MLM dapat langsung dinyatakan haram ataupun halal tanpa melihat sistem dan mekanisme yang diterapkan. Berikut ini adalah perbandingan MLM Syariah dan MLM Konvensional

**Tabel 1. Perbedaan MLM Syariah dan MLM Konvensional**

<b>Aspek</b>	<b>MLM Syariah</b>	<b>MLM Konvensional</b>
Landasan Hukum	Berdasarkan prinsip syariah Islam, Al-Qur'an, hadis, dan fatwa DSN-MUI.	Berdasarkan sistem bisnis umum dan aturan perusahaan tanpa standar syariah khusus.
Tujuan Bisnis	Tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memperhatikan keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan.	Fokus utama pada keuntungan dan pertumbuhan jaringan bisnis.
Akad/Transaksi	Menggunakan akad yang jelas dan sesuai syariah seperti jual beli (al-bai') atau ju'alah.	Umumnya menggunakan sistem kontrak perusahaan biasa tanpa akad syariah khusus.
Produk	Produk harus halal, bermanfaat, dan tidak bertentangan dengan syariah.	Produk tidak selalu mempertimbangkan aspek halal atau haram.
Sistem Bonus	Bonus diberikan berdasarkan penjualan nyata dan kerja anggota.	Bonus sering berorientasi pada perekrutan anggota baru dan volume jaringan.
Unsur Riba	Dilarang mengandung riba, bunga, atau tambahan yang tidak sah.	Bisa mengandung unsur riba dalam sistem pembayaran tertentu.
Unsur Gharar	Harus bebas dari gharar (ketidakjelasan) dan penipuan.	Kadang terdapat ketidakjelasan sistem keuntungan dan pembagian bonus.
Unsur Maisir	Tidak boleh mengandung spekulasi atau perjudian.	Sebagian praktik lebih menonjolkan untung-untungan dan spekulasi jaringan.
Perekrutan Anggota	Dilakukan secara etis dan tidak menekan anggota untuk membeli berlebihan.	Sering menekankan perekrutan besar-besaran demi keuntungan jaringan.
Stok Barang	Tidak boleh ada kewajiban menumpuk barang (stock piling).	Beberapa MLM mewajibkan pembelian produk dalam jumlah besar.
Pengawasan	Diawasi Dewan Pengawas	Tidak memiliki pengawasan

	Syariah (DPS).	syariah khusus.
Orientasi Etika	Menjunjung kejujuran, amanah, dan keadilan dalam bisnis.	Lebih berorientasi pada target pemasaran dan profit perusahaan.
Legalitas Syariah	Harus memperoleh sertifikasi atau rekomendasi syariah.	Tidak memerlukan sertifikasi syariah.
Pembagian Keuntungan	Berdasarkan prinsip keadilan dan hasil usaha nyata.	Cenderung berdasarkan struktur jaringan dan level keanggotaan.
Perspektif Islam	Diperbolehkan jika memenuhi prinsip syariah dan bebas unsur haram.	Sebagian praktik dipandang bermasalah dalam hukum Islam karena berpotensi mengandung riba, gharar, dan maisir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu aspek utama yang menentukan kehalalan MLM syariah adalah keberadaan produk nyata yang diperjualbelikan. Dalam fiqh muamalah, transaksi harus memiliki objek yang jelas dan halal. Produk yang dipasarkan dalam MLM syariah harus memiliki manfaat nyata, tidak mengandung unsur haram, dan tidak sekadar dijadikan alat untuk mendapatkan bonus perekrutan anggota. Jika suatu perusahaan lebih menekankan perekrutan anggota dibanding penjualan produk, maka praktik tersebut cenderung menyerupai skema piramida (*pyramid scheme*) atau money game yang dilarang dalam Islam. Hal ini karena keuntungan utama diperoleh dari biaya pendaftaran anggota baru, bukan dari aktivitas perdagangan riil.

Selain produk yang halal, sistem akad juga menjadi unsur penting dalam MLM syariah. Berdasarkan hasil kajian, akad yang digunakan dalam MLM syariah umumnya berupa akad jual beli (*al-bai'*), akad ju'alah, dan akad wakalah. Akad jual beli digunakan dalam transaksi produk antara perusahaan dan distributor, sedangkan akad ju'alah berkaitan dengan pemberian bonus atas prestasi tertentu yang dicapai anggota. Dalam perspektif fiqh muamalah, akad harus dilakukan secara jelas, transparan, dan disepakati oleh kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan. Ketidakjelasan akad dapat menimbulkan gharar yang menyebabkan transaksi menjadi tidak sah menurut syariat.

Pembahasan lain yang menjadi perhatian dalam MLM syariah adalah sistem bonus dan komisi. Berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, bonus harus diberikan berdasarkan hasil kerja nyata yang berkaitan langsung dengan volume penjualan produk. Bonus tidak boleh diperoleh hanya karena perekrutan anggota baru tanpa adanya aktivitas penjualan yang riil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa perusahaan MLM syariah telah menerapkan sistem bonus yang sesuai dengan prinsip tersebut, yaitu bonus diberikan berdasarkan penjualan pribadi maupun kelompok yang dilakukan secara nyata dan terukur.

Namun demikian, masih ditemukan praktik MLM yang menggunakan sistem bonus tidak transparan dan lebih menguntungkan anggota level atas. Kondisi ini menimbulkan ketimpangan distribusi keuntungan dan berpotensi menyebabkan eksploitasi terhadap anggota baru. Dalam fiqh muamalah, prinsip keadilan menjadi aspek yang sangat penting dalam setiap transaksi ekonomi. Islam melarang segala bentuk transaksi yang merugikan salah satu pihak atau menyebabkan ketidakadilan dalam distribusi keuntungan. Oleh karena itu, sistem bonus yang hanya menguntungkan pihak tertentu dan merugikan anggota bawah bertentangan dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian perusahaan MLM menggunakan label "syariah" sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat Muslim. Akan tetapi, tidak semua perusahaan tersebut benar-benar menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh. Beberapa praktik masih ditemukan mengandung unsur gharar dan manipulasi

informasi, seperti janji keuntungan besar tanpa penjelasan risiko yang jelas. Dalam Islam, praktik semacam ini termasuk bentuk *tadlis* atau penipuan yang dilarang karena dapat merugikan pihak lain. Oleh sebab itu, penggunaan label syariah harus dibuktikan dengan implementasi prinsip syariah secara nyata dalam seluruh mekanisme bisnis.

Dalam konteks ekonomi modern, perkembangan teknologi digital turut memengaruhi sistem MLM syariah. Saat ini, promosi dan perekrutan anggota banyak dilakukan melalui media sosial dan platform digital. Fenomena ini memberikan kemudahan dalam memperluas jaringan bisnis, tetapi juga meningkatkan risiko penyalahgunaan sistem. Berdasarkan hasil kajian, banyak masyarakat tertarik bergabung dengan MLM karena tergiur promosi keuntungan besar dan kebebasan finansial. Padahal, sebagian besar anggota tidak memahami mekanisme bisnis secara detail sehingga rentan mengalami kerugian. Dalam perspektif fiqh muamalah, kurangnya transparansi informasi dapat menyebabkan *gharar* karena anggota tidak mengetahui secara jelas risiko dan peluang dalam bisnis tersebut.

Selain itu, terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai hukum MLM syariah. Sebagian ulama membolehkan MLM dengan syarat adanya produk halal, sistem bonus yang adil, dan tidak terdapat unsur *riba* maupun *gharar*. Pendapat ini didasarkan pada prinsip fleksibilitas muamalah dalam Islam yang membuka peluang terhadap inovasi bisnis modern. Akan tetapi, sebagian ulama lain mengharamkan MLM karena dinilai lebih banyak mengandung unsur eksploitasi jaringan dan ketidakjelasan keuntungan. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa MLM syariah merupakan persoalan *ijtihadiyah* yang memerlukan analisis berdasarkan praktik nyata di lapangan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat dipahami bahwa MLM syariah memiliki potensi menjadi sistem bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam apabila dijalankan secara jujur, transparan, dan berorientasi pada penjualan produk nyata. Sistem ini juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat melalui pemberdayaan usaha dan perluasan lapangan pekerjaan. Akan tetapi, penyimpangan dalam praktik MLM dapat menyebabkan munculnya unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti *gharar*, *maysir*, *tadlis*, dan eksploitasi anggota.

Oleh karena itu, pengawasan terhadap perusahaan MLM syariah menjadi sangat penting untuk memastikan kesesuaian praktik bisnis dengan ketentuan syariah. Peran DSN-MUI, pemerintah, dan lembaga pengawas lainnya diperlukan untuk memberikan sertifikasi, pengawasan, serta edukasi kepada masyarakat mengenai ciri-ciri MLM syariah yang sesuai dengan prinsip Islam. Masyarakat juga perlu lebih kritis dalam memilih bisnis MLM dengan memahami sistem operasional, produk yang dipasarkan, dan mekanisme bonus yang diterapkan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehalalan MLM syariah tidak hanya ditentukan oleh penggunaan label syariah, tetapi harus dibuktikan melalui penerapan prinsip-prinsip fiqh muamalah secara menyeluruh. MLM syariah dapat dibolehkan apabila memenuhi unsur keadilan, transparansi, kejujuran, serta bebas dari *riba*, *gharar*, *maysir*, dan eksploitasi. Sebaliknya, apabila sistem yang diterapkan lebih menekankan perekrutan anggota daripada perdagangan riil dan menimbulkan kerugian bagi pihak tertentu, maka praktik tersebut bertentangan dengan hukum Islam.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sistem Multi Level Marketing (MLM) syariah pada dasarnya dapat dibolehkan dalam perspektif fiqh muamalah apabila memenuhi prinsip-prinsip syariah dalam seluruh mekanisme operasionalnya. Prinsip tersebut meliputi adanya produk yang halal dan nyata, akad yang jelas, sistem bonus yang adil, transparansi informasi, serta terhindar dari unsur *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, dan eksploitasi anggota. Keberadaan Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 menjadi pedoman penting dalam menentukan keabsahan praktik MLM syariah di Indonesia. Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa perusahaan yang menggunakan label syariah hanya sebagai strategi pemasaran tanpa menerapkan prinsip syariah secara menyeluruh. Praktik

yang lebih menekankan perekrutan anggota dibanding penjualan produk nyata cenderung mengarah pada skema piramida atau money game yang bertentangan dengan hukum Islam. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang ketat, edukasi kepada masyarakat, serta komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnis secara jujur, adil, dan sesuai dengan prinsip fiqih muamalah agar tercipta sistem bisnis yang halal dan berkeadilan.

## REFERENSI

- Abror, A. S. F., Nasrullah, M. H., Sujianto, A. E., & Ni'mah, Z. (2026). Kesesuaian Multi Level Marketing Dengan Prinsip Syariah: Kajian Terhadap Aspek Etis Dan Legalitas Menurut Fatwa Dsn-Mui No. 75/2009. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syaria'ah*, 7(2), 1673–1679.
- Anantor, F. (2021). *Strategi Pemasaran Hpai Bc Ii Bengkulu Terhadap Potensi Usaha Multi Level Marketing Syariah*. Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Annisa, N. A., Nadirah, H., & Setyanor, E. (2026). Multi Level Marketing: Analisis Konsep, Perkembangan, Dan Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1111–1120.
- Aravik, H. (2017). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Multi Level Marketing (Mlm). *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3(1), 1–12.
- Ardiansyah, A., Hidayanti, S., Hafid, R. A., & Putri, J. A. (2024). Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 4(3), 1–9.
- Bahardin, M. (2011). Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Perspektif Hukum Islam. *Asas*, 3(1).
- Ginting, T. H. (2025). *Analisis Investasi Cryptocurrency Dalam Pandangan Fikih Kontemporer Dan Tinjauan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*. Universitas Malikussaleh.
- Humairo, A. (2022). *Analisis Hukum Islam Dalam Sistem Praktis Multi Level Marketing Syariah: Studi Kasus Pt. Tiensi Indonesia Kabupaten Buleleng*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.