



IMPLIKASI PSIKODINAMIKA ANGGOTA MLM TERHADAP HUKUM EKONOMI SYARIAH

Cyril Harubathin Nuranisa^{1*}, Aisyah Wardatul Jannah²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Mataram

*Email: 200201112.mhs@uinmataram.ac.id

Received: 17-07-2024

Revised: 19-07-2024

Accepted: 02-09-2024

Abstract

The Multi Level Marketing (MLM) industry has been the subject of intense debate in various aspects, especially in countries with a majority Muslim population such as Indonesia. Multi Level Marketing is a business model that offers income opportunities through product sales and recruiting new members to build networks and earn additional income. However, in line with the growth of this industry, it has given rise to various debates about whether its existence is in accordance with sharia economic principles or not. These problems are the background for the need for in-depth study, so the aim of this research is to determine the psychodynamics of MLM members regarding sharia economic law. This research approach uses a qualitative approach with the type of research used as non-doctrinal legal studies (socio-legal research), research which is carried out directly by observing the reality in practice in the field and is based on studies of how law works in society. Based on the findings in this research, compliance with sharia economic principles can create a more sustainable business environment, showing the importance of community empowerment in the development of the MLM industry. Awareness of sharia economic law can positively influence overall sharia economic growth, increase economic inclusiveness, and have a positive impact on society. Thus, implementing Sharia Economic Law is not only about complying with religious rules, but also about building a business that is sustainable, ethical, and supports socio-economic justice.

Keyword: *Multi Level Marketing (MLM), Psychodynamics, Sharia Economic Law*

Abstrak

Industri *Multi Level Marketing* (MLM) telah menjadi subjek perdebatan yang intens dalam berbagai aspek, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. *Multi Level Marketing* sebagai model bisnis yang menawarkan peluang penghasilan melalui penjualan produk dan merekrut anggota baru untuk dapat membangun jaringan dan mendapatkan tambahan penghasilan. Namun, sejalan dengan pertumbuhan industri ini, telah menimbulkan berbagai perdebatan tentang keberadaannya yang sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Problematika tersebut melatar belakangi perlunya kajian secara mendalam, sehingga tujuan penelitian ini untuk mengetahui psikodinamika anggota MLM yang terhadap hukum ekonomi syariah. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan studi hukum *non-doktrinal* (*socio-legal research*) penelitian yang dilakukan secara langsung dengan cara mengamati kenyataan yang ada dalam praktik di lapangan dan didasarkan pada kajian tentang cara kerja hukum dalam Masyarakat. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, kepatuhan



terhadap prinsip ekonomi syariah dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan menunjukkan pentingnya pemberdayaan komunitas dalam pengembangan industri MLM. Kesadaran akan hukum ekonomi syariah dapat mempengaruhi secara positif pertumbuhan ekonomi syariah secara keseluruhan, meningkatkan inklusivitas ekonomi, dan membawa dampak positif pada masyarakat. Dengan demikian, implementasi Hukum Ekonomi Syariah bukan hanya tentang mematuhi aturan agama, tetapi juga tentang membangun bisnis yang berkelanjutan, etis, dan mendukung keadilan sosial ekonomi.

Kata kunci: *Hukum Ekonomi Syariah, Multi Level Marketing (MLM), Psikodinamika*

Pendahuluan

Industri *Multi Level Marketing* (MLM) telah menjadi subjek perdebatan yang intens dalam berbagai aspek, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Di tengah kondisi ekonomi yang serba sulit dan kesulitan mencari pekerjaan yang layak, keberadaan sebuah konsep distribusi yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk terlibat sebagai penjual dan menikmati manfaat dalam bentuk kemitraan atau sponsor menjadi salah satu faktor penentu kepentingan masyarakat.¹

Multi Level Marketing sebagai model bisnis yang menawarkan peluang penghasilan melalui penjualan produk dan merekrut anggota baru untuk dapat membangun jaringan dan mendapatkan tambahan penghasilan,² muncul sebagai alternatif bagi sebagian masyarakat untuk memperoleh penghasilan tambahan atau bahkan sebagai sumber penghasilan utama, namun sejalan dengan pertumbuhan industri ini, telah menimbulkan berbagai perdebatan tentang keberadaannya yang sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Di Indonesia, sejumlah perusahaan MLM telah menjadi sorotan pemerintah, terutama terkait dugaan praktik-praktik yang merugikan konsumen dan tidak sesuai dengan regulasi yang ada. Ramainya pemberitahuan isu tentang penipuan yang menggunakan bisnis MLM dengan modus menawarkan alat kesehatan dan membuka lowongan pekerjaan, di mana perusahaan yang disebut-sebut dalam kasus ini yaitu *PT. Amorba Internasional* yang bernaung di bawah *PT. QNET Internasional Indonesia*.³ Selain itu, Larangan terhadap beberapa perusahaan MLM diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan (*Kemendag*) bersama dengan Penyidik kepolisian.

Kemendag bersama dengan penyidik kepolisian telah menyelesaikan sejumlah kasus yang melibatkan beberapa pelaku usaha yang menjalankan MLM yang dilarang. Beberapa kasus yang telah dihadapi termasuk penutupan *MMM Indonesia* dengan pemblokiran terhadap 20 situs *MMM Indonesia* oleh Kementerian Informasi dan Informatika pada tahun 2015. Selain itu, beberapa individu seperti pendiri *Wandermind Goenarni Goenawan*, direktur *PT Cakrabuana Sukses Indonesia* Imam Santoso dan Muhammad Yahya, pendiri *Dream For Freedom Filli Muttaqien*, pemimpin Koperasi Simpan Pinjam Pandawa Salman Nuryanto, pimpinan *PT Solusi Balad Lumampah (SBL)* Aom Juang Wibowo, serta direktur *PT First Anugerah Karya Wisata* atau *First Travel Andika Surachman* dan Anniesa Hasibuan telah divonis dengan hukuman penjara dan denda atas praktik-praktik yang melanggar hukum.⁴

¹ Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta:Sinar Grafika,2004), hlm.170

² Clothier, *Menghasilkan Uang dengan MLM: Cara Praktis Menuju Penjualan Jaringan yang Sukses* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm.9

³ Kumparan Bisnis. Kenali ciri-ciri mlm bodong. Jakarta. 7 Maret 2019, diakses dari https://kumparan.com/kumparanbisnis/kenali-ciri-ciri-mlm_bodong1551925754477152365/full (Diakses pada 1 Oktober 2020)

⁴ Kumparan, *op, cit.*

Sementara banyak yang menganggap MLM sebagai praktik yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, ada juga orang-orang yang masih mendapatkan manfaat dari model bisnis ini. Hal ini menunjukkan perlunya mempertanyakan apakah larangan terhadap MLM sudah murni berdasarkan hukum haram, terutama ketika masih ada penerima manfaat dari praktik tersebut.

Dari sebagian besar MLM yang beroperasi di Indonesia, Sebagian kecil diantaranya telah resmi terdaftar di APLI (*Asosiasi Penjualan Langsung*). Di mana APLI merupakan bagian dari wadah WDSA (*World Direct Selling Association*).⁵ Namun, persoalan bisnis MLM tidak dapat ditentukan halalnya dengan masuk atau tidaknya perusahaan tersebut dalam keanggotaan APLI atau pengakuan sepihak sebagai MLM syariah. Konsep pemasaran syariah merupakan suatu proses bisnis yang seluruh prosesnya menerapkan nilai-nilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran.⁶

Bisnis MLM dalam Islam sering mengalami kontroversi dan belum ada undang-undang yang menjelaskan secara pasti bisnis MLM, boleh atau tidak. Sebagian besar praktik bisnis MLM diatur oleh undang-undang yang berlaku secara umum, seperti *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Orang dalam Kemiskinan*. Namun, implementasi regulasi ini seringkali menimbulkan kontroversi karena interpretasi yang berbeda-beda serta tantangan dalam penegakan hukum.

Menyikapi permasalahan dalam bisnis MLM, MUI melalui *Dewan Fatwa Nasional* mengeluarkan fatwa No. 75/DSNMUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang (PLBS) Syariah yang memberikan pedoman mengenai kemampuan bisnis MLM. Namun terkait dengan skema bisnis MLM, mayoritas ulama masa kini melarang skema bisnis tersebut, dengan alasan bisnis dengan skema MLM mengandung unsur ambiguitas dan mengarah pada konsep riba. Hal ini seperti *Fatwa Lajnah Al-Da'imah Arab Saudi, Markaz Al-fatwa Qatar dan Darul Ifta Mesir*.⁷ Serta hasil *Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama (NU)* menyatakan bahwa skema bisnis MLM haram untuk dilakukan, karena mengandung skema bisnis yang mengarah pada unsur haram seperti unsur riba dan gharar.⁸

Ada beberapa perusahaan MLM yang beroperasi di Indonesia dengan izin resmi dan dianggap legal. Namun, regulasi yang mengatur bisnis MLM di Indonesia lebih

⁵ Sofwan Juhairi, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktis MLM Syariah* (Jakarta: Mujaddidi Press, 2013), hlm. 79.

⁶ Bagoes Wuryando. *Jurus Maut MLM Anti Gagal* (Yogyakarta: Medpress, 2010), hlm. 13.

⁷ Dikutip dari Muhammad Abdul Tausika, MSc. "Meninjau Hukum MLM," Rumaysho.com, diakses dari <https://rumaysho.com/2490-meninjau-hukum-mlm.html> (Diakses pada 4 juni 2012); Dr. Erwandi Tarmizi MA. "MLM Bolehkah?" Al-MANhaj.or.id, diakses dari <https://almanhaj.or.id/3876-mlm-bolehkah.html> (diakses pada 2014).

⁸ Khoiron, AM. "MLM yang Diharamkan dan yang Diperbolehkan". Nu Online, diakses dari <https://nu.or.id/syariah/mlm-yang-diharamkan-dan-yang-diperbolehkan-7oemq> (diakses pada 11 Mei 2019).

fokus pada perlindungan konsumen dan pencegahan praktek penipuan, daripada menilai kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah secara khusus.

Dalam konteks ini, pertanyaan mendasar yang muncul adalah apakah praktik bisnis MLM dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah atau sebaliknya. Meskipun ada perusahaan MLM yang beroperasi di Indonesia, tidak ada daftar resmi perusahaan MLM yang diakui secara spesifik oleh hukum ekonomi syariah. Hal ini menciptakan kebingungan dan ketidakpastian di antara masyarakat, terutama mereka yang terlibat langsung dalam industri ini.

Adapun, di balik perdebatan mengenai hukum dan regulasi, terdapat aspek psikodinamika yang perlu diperhatikan. Psikodinamika dalam konteks penelitian ini merujuk pada aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku individu yang terlibat dalam industri MLM. Hal ini mencakup motivasi, persepsi, dan pengalaman psikologis yang memengaruhi keputusan seseorang untuk terlibat dalam MLM, serta dampak psikologis yang mungkin terjadi selama mereka menjadi anggota.

Hasil observasi awal, pada beberapa anggota yang terlibat dalam MLM merasakan manfaat finansial dan sosial dari keanggotaan mereka dalam sistem ini. MLM menjadi alternatif untuk mendapatkan penghasilan di tengah kondisi ekonomi yang sulit, gaji tidak mencukupi kebutuhan hidup dan persaingan kerja yang ketat.

Selain itu, terdapat pula fenomena di mana sebagian anggota yang terlibat dalam MLM merasakan dampak sosial yang signifikan, seperti terbentuknya ikatan sosial yang kuat di antara anggotanya, menciptakan rasa solidaritas dan saling mendukung.⁹

Namun, di tengah manfaat yang dirasakan oleh sebagian anggota MLM, terdapat juga kritik yang mengemuka terkait dengan model bisnis ini. Salah satunya adalah adanya dugaan bahwa model MLM seringkali berpotensi menjadi sarana untuk skema piramida atau penipuan berjenjang, di mana keuntungan lebih banyak diperoleh oleh anggota yang berada di tingkat atas piramida, sementara anggota di tingkat bawah sulit untuk mencapai kesuksesan yang sama.

Dengan demikian, latar belakang masalah ini menjadi kompleks, melibatkan berbagai dimensi ekonomi, hukum, dan sosial, termasuk psikodinamika keanggotaan dalam industri MLM. Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana kita dapat mengkomodasi manfaat yang dirasakan oleh sebagian masyarakat dari model bisnis MLM, sambil tetap memastikan bahwa praktik tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan tidak merugikan bagi masyarakat secara keseluruhan.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana tujuan utama penelitian adalah untuk memahami dan menggali persepsi, keyakinan, dan pengalaman individu terkait praktik bisnis MLM dan hukum ekonomi syariah.

⁹ Observasi, Mataram, 11 Mei 2024.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kedalaman dan kompleksitas fenomena tersebut melalui narasi dan konteks sosial yang diberikan oleh partisipan. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana psikodinamika keanggotaan dalam industri MLM mempengaruhi penerapan hukum ekonomi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi, motivasi, dan pengalaman anggota MLM dalam konteks hukum ekonomi syariah.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis studi hukum non-doktrinal (*socio-legal research*) penelitian yang dilakukan secara langsung dengan cara mengamati kenyataan yang ada dalam praktik di lapangan, dan didasarkan pada kajian tentang cara kerja hukum dalam masyarakat.¹⁰ Yang menurut Sulistyowati Irianto, memiliki dua karakteristik utama. Pertama, melakukan studi terhadap peraturan perundang-undangan dan kebijakan untuk menjelaskan problem filosofis, sosiologis, dan yuridis dari hukum tertulis. Kedua, menggunakan pendekatan interdisipliner, terutama dengan ilmu-ilmu sosial, untuk menjelaskan fenomena hukum dalam konteks sosial dan budaya di mana hukum itu berada. Penelitian ini memadukan elemen-elemen hukum dan sosial, dengan fokus pada hubungan antara praktik bisnis MLM dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Pendekatan sosiolegal memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana hukum dan faktor sosial saling mempengaruhi dalam konteks praktik bisnis.

Pembahasan

A. Psikodinamika Anggota MLM Terhadap Hukum Ekonomi Syariah

Multi level marketing, yang berasal dari bahasa Inggris, terdiri dari kata "*multilevel*" dan "*marketing*". John M. Echols menjelaskan bahwa "*multilevel*" berarti bersusun atau bertingkat, sementara "*marketing*" berarti pemasaran, perdagangan, atau belanja. Marketing sendiri mencakup aspek-aspek lebih luas dari sekadar penjualan, seperti produk, harga, promosi, dan distribusi. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa multi level marketing adalah bentuk pemasaran yang berjenjang.¹¹

Secara umum, multi level marketing atau MLM merupakan sistem pemasaran modern yang menggunakan jaringan distribusi yang terorganisir dengan baik. Dalam sistem ini, pelanggan perusahaan juga berperan sebagai tenaga pemasaran, menjadikannya bagian dari jaringan distribusi yang terstruktur dan berlapis. Di mana anggota dapat memperoleh penghasilan tidak hanya dari penjualan produk, tetapi juga dari merekrut anggota baru. Sementara itu, hukum ekonomi syariah adalah kerangka kerja yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan,

¹⁰ Salim H.S ., & Nurbani, H. S. Aplikasi Teori Hukum dalam Penelitian Tesis dan Disertasi, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 37

¹¹ Kuswara, Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya. (Jakarta: Qultum Media, 2005), hlm.10.

keberkahan, dan transparansi dalam transaksi ekonomi.¹² Dalam konteks MLM, anggota seringkali dipengaruhi oleh motivasi finansial, keinginan untuk mencapai kesuksesan, dan kepercayaan pada produk atau layanan yang ditawarkan. Psikodinamika ini dapat mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

1. Gambaran umum tentang industri MLM di Mataram

Bisnis MLM di Mataram, sama seperti pada umumnya di tempat lain, yang melibatkan penjualan produk atau layanan melalui jaringan distribusi yang luas. Biasanya, anggota jaringan mendapatkan komisi dari penjualan produk mereka sendiri dan juga dari penjualan yang dilakukan oleh anggota jaringan yang mereka rekrut.

Industri MLM di Mataram memiliki beragam perusahaan yang menawarkan produk dan layanan melalui model bisnis tersebut. Para distributor atau anggota jaringan biasanya diundang untuk bergabung dan menjual produk tersebut kepada orang lain, sambil juga merekrut anggota baru ke dalam jaringan mereka. Pemasaran ini seringkali melibatkan pertemuan-pertemuan, presentasi produk, dan upaya penjualan langsung. Namun, seperti industri MLM di tempat lain, ini juga bisa menjadi kontroversial karena beberapa model bisnis MLM dapat dipandang sebagai skema piramida atau penipuan. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk melakukan penelitian yang cermat sebelum bergabung dengan perusahaan MLM mana pun. Model bisnis ini biasanya mulai muncul ketika perusahaan-perusahaan MLM memperluas operasi mereka ke daerah-daerah di seluruh Indonesia, termasuk Mataram. Perusahaan-perusahaan MLM biasanya menawarkan peluang bisnis kepada individu untuk menjadi distributor independen dan menjual produk mereka melalui jaringan pribadi mereka. Seiring waktu, sejumlah perusahaan MLM telah aktif di Mataram, menawarkan berbagai produk dan peluang bisnis kepada penduduk setempat.

Perkembangan MLM di Mataram, seperti di banyak tempat lain di Indonesia, dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk pertumbuhan ekonomi, tren pasar, dan perubahan regulasi. Seiring dengan meningkatnya akses internet dan penetrasi media sosial, banyak perusahaan MLM di Mataram menggunakan *platform online* untuk memperluas jaringan mereka dan memasarkan produk mereka kepada lebih banyak orang. Selain itu, pelatihan dan pendidikan tentang industri MLM juga semakin tersedia bagi individu yang tertarik untuk bergabung dalam bisnis ini.

Kontribusi industri MLM terhadap perekonomian lokal di Mataram cukup signifikan. Bisnis MLM memberikan peluang kepada individu untuk memperoleh penghasilan tambahan atau bahkan menjadi sumber penghasilan

¹² Irfanuris Kurniawan. *Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, 2019.

utama bagi sebagian orang. Dengan memungkinkan orang-orang untuk menjadi distributor independen dan menjual produk secara langsung, industri MLM dapat menciptakan lapangan kerja serta merangsang aktivitas ekonomi di komunitas setempat. Selain itu, perusahaan MLM yang aktif di Mataram juga dapat memberikan kontribusi kepada perekonomian lokal melalui pembayaran pajak, investasi dalam infrastruktur, dan dukungan terhadap kegiatan sosial dan kegiatan komunitas.

Di Mataram, pemain utama dalam industri MLM dapat mencakup perusahaan-perusahaan besar yang memiliki operasi yang mapan di wilayah tersebut. Termasuk perusahaan-perusahaan terkenal yang memiliki portofolio produk yang luas dan jaringan distribusi yang kuat. Selain itu, individu yang berhasil membangun jaringan besar sebagai *distributor independen* juga dapat dianggap sebagai pemain utama dalam industri MLM di Mataram. Mereka yang memiliki pengaruh besar dalam merekrut dan mengembangkan anggota jaringan mereka, serta berhasil memasarkan produk dengan efektif, biasanya dianggap sebagai pemain utama dalam industri ini.

2. Analisis Tren dan Dinamika Pasar dalam Bisnis MLM di Mataram

Analisis tren dan dinamika pasar dalam bisnis MLM di Mataram dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk ekonomi lokal, preferensi konsumen, dan perkembangan industri secara keseluruhan. Pertumbuhan ekonomi yang stabil di Mataram menciptakan iklim yang kondusif bagi industri MLM. Ketika pendapatan masyarakat meningkat, mereka cenderung memiliki lebih banyak uang untuk diinvestasikan dalam produk atau layanan tambahan, seperti yang ditawarkan oleh perusahaan MLM. Kemudian, di tengah peningkatan kesadaran akan kesehatan dan kecantikan, permintaan terhadap produk-produk yang berkaitan dengan kesehatan dan kecantikan dapat meningkat. Ini termasuk suplemen nutrisi, produk perawatan kulit organik, atau bahkan produk kesehatan alternatif. Peningkatan penggunaan media sosial membuat semakin banyak orang di Mataram menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan berbelanja. Distributor MLM memanfaatkan *platform*-media sosial untuk memperluas jaringan mereka, mempromosikan produk, dan menjangkau konsumen potensial yang lebih luas. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, konsumen di Mataram lebih cenderung untuk memilih produk yang ramah lingkungan atau berkelanjutan. Perusahaan MLM yang menawarkan produk-produk tersebut dapat memiliki keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin peduli lingkungan. Perusahaan MLM harus mematuhi regulasi dan peraturan yang berlaku di Mataram. Perubahan dalam regulasi atau hukum yang mempengaruhi industri MLM memengaruhi cara bisnis dijalankan, termasuk dalam hal merekrut anggota baru dan operasi harian.

3. Pengaruh Psikodinamika Anggota dalam Menjalankan Bisnis MLM

Psikodinamika anggota dalam bisnis MLM di Mataram melibatkan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi partisipasi dan perilaku anggota dalam menjalankan bisnis ini. Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan model bisnis yang unik di mana anggotanya tidak hanya menjual produk atau layanan, tetapi juga merekrut anggota baru dan memperoleh komisi dari penjualan anggota yang direkrutnya. Di Mataram, bisnis MLM telah menjadi salah satu pilihan yang populer bagi masyarakat yang mencari peluang penghasilan tambahan. Namun fenomena ini juga diiringi dengan beragam dinamika psikologis yang memengaruhi anggota dalam menjalankan bisnis. Psikodinamika anggota dalam bisnis MLM menyoroti pentingnya motivasi, tekanan sosial, pemahaman tentang hukum ekonomi syariah dalam MLM memainkan peran penting dalam bisnis ini.

a. Persepsi

Persepsi terhadap hukum ekonomi syariah dapat bervariasi tergantung pada latar belakang, pemahaman, dan nilai-nilai individu. Beberapa orang mungkin melihat hukum ekonomi syariah sebagai panduan moral yang kuat yang mengatur transaksi ekonomi dengan adil dan berkeadilan, sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Mereka mungkin percaya bahwa kepatuhan terhadap hukum ekonomi syariah dapat membawa berkah dan kesuksesan dalam kehidupan mereka.

Di sisi lain, ada juga yang mungkin memiliki persepsi yang skeptis terhadap hukum ekonomi syariah. Mereka mungkin melihatnya sebagai sistem yang kaku atau ketinggalan zaman, yang tidak sesuai dengan realitas ekonomi modern. Beberapa orang mungkin juga menganggapnya sebagai hambatan dalam mencapai tujuan ekonomi mereka, terutama jika itu melibatkan pembatasan tertentu dalam transaksi atau investasi.

Persepsi terhadap hukum ekonomi syariah juga dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, lingkungan sosial, dan pendidikan. Individu yang tumbuh dalam lingkungan yang kental dengan nilai-nilai agama mungkin lebih cenderung untuk memiliki pandangan yang positif terhadap hukum ekonomi syariah, sementara mereka yang lebih terpapar pada budaya sekuler atau modernisme mungkin memiliki pandangan yang lebih skeptis.

Pentingnya pendidikan dan pemahaman yang mendalam tentang hukum ekonomi syariah juga tidak boleh diabaikan. Semakin banyak individu yang memahami prinsip-prinsipnya dengan baik, semakin besar kemungkinan mereka akan menerapkan dan menghormati prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan mereka sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi mereka.

b. Dorongan Sosial

Dorongan sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan anggota untuk terlibat dalam bisnis MLM di Mataram. Berikut adalah beberapa cara di mana dorongan sosial memengaruhi partisipasi mereka: rekomendasi dari teman atau keluarga, pengaruh kelompok, keterlibatan dalam komunitas, penghargaan dan pengakuan, kompetisi sehat dan dukungan tim dan mentor.

c. Motivasi Finansial

Motivasi sebagai dorongan yang mendorong individu untuk bertindak atau berperilaku dalam rangka mencapai tujuan atau keinginan tertentu. Motivasi berasal dari berbagai faktor, termasuk keinginan untuk mencapai status, kekuasaan, dan pengakuan yang lebih tinggi.¹³

MLM seringkali didorong oleh ketakutan ekonomi, impian cepat kaya, dan materialism, yang berpotensi mengalihkan perhatian dari nilai-nilai pribadi dan aspirasi kreatif yang lebih berarti bagi seseorang.¹⁴ Bagi beberapa anggota MLM, motivasi utama adalah untuk mencapai kesuksesan finansial, kebutuhan akan afiliasi dan penerimaan sosial mendorong anggota MLM untuk mengikuti norma-norma yang dominan dalam lingkungan mereka.

d. Tekanan Sosial

Tekanan sosial di Mataram dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk keputusan untuk terlibat dalam bisnis MLM. Berikut adalah beberapa bentuk tekanan sosial yang mungkin memengaruhi individu di Mataram yaitu norma sosial, pengaruh kelompok, perbandingan sosial, ekspektasi keluarga, pengaruh media sosial.

e. Dorongan Eksternal

Dorongan eksternal dapat memengaruhi psikodinamika anggota dalam menjalankan bisnis MLM di Mataram dengan berbagai cara seperti tekanan dari pemimpin tim, komitmen kepada tim atau grup, dorongan dari komunitas MLM, pengaruh media sosial, ekspektasi keluarga dan teman, kompetisi di antara rekan sejawat.

4. Pemahaman Tentang Hukum ekonomi Syariah

Pemahaman tentang hukum ekonomi syariah merupakan faktor penting dalam psikodinamika anggota dalam bisnis MLM di Mataram. Dalam konteks ini, anggota MLM yang memiliki latar belakang atau keyakinan dalam hukum ekonomi syariah lebih memilih untuk terlibat dalam bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian (*gharar*). Mereka mencari produk atau layanan yang dijual

¹³ George Terry, Prinsip-prinsip Manajemen, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996) hlm. 131

¹⁴ Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam," ASAS 3, no.1, (Lampung Januari 2011): 69-82.

dalam bisnis MLM yang sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut, serta berpartisipasi dalam aktivitas bisnis yang konsisten dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

Pemahaman yang mendalam tentang hukum ekonomi syariah juga dapat memengaruhi sikap dan perilaku anggota dalam menjalankan bisnis MLM, seperti dalam pemilihan produk atau layanan yang dipasarkan, kebijakan pemasaran yang digunakan, serta pengelolaan keuangan dan distribusi komisi. Selain itu, pemahaman ini juga dapat membentuk hubungan antara anggota MLM dan pelanggan atau mitra bisnis mereka, karena mereka mencari kemitraan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Jadi, pemahaman tentang hukum ekonomi syariah memiliki dampak yang signifikan pada psikodinamika anggota dalam bisnis MLM di Mataram. Hal ini tercermin dalam motivasi, perilaku, dan keputusan bisnis individu. Kesadaran akan prinsip-prinsip agama Islam memainkan peran penting dalam membentuk landasan moral anggota MLM, sementara pemahaman yang mendalam tentang hukum ekonomi syariah membantu memandu bisnis mereka menuju arah yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Meskipun beberapa anggota mungkin memiliki pemahaman yang terbatas, pendidikan dan bimbingan dapat membantu meningkatkan kesadaran mereka terhadap implikasi praktis dari prinsip-prinsip tersebut dalam bisnis mereka. Dengan demikian, pemahaman tentang hukum ekonomi syariah bukan hanya memengaruhi cara individu menjalankan bisnis, tetapi juga membentuk identitas bisnis MLM di komunitas.

5. Pemahaman dan Kepatuhan Terhadap Hukum Ekonomi Syariah dapat Memengaruhi Perilaku dan Pengambilan Keputusan dalam Bisnis MLM di Mataram

Pemahaman dan kepatuhan terhadap hukum ekonomi syariah dapat memiliki dampak yang signifikan pada perilaku dan pengambilan keputusan dalam bisnis MLM di Mataram. Berikut adalah beberapa cara di mana hal tersebut mempengaruhi:

a. Produk dan Layanan yang Sesuai dengan Prinsip Syariah

Pemahaman tentang hukum ekonomi syariah mendorong perusahaan MLM untuk menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini termasuk menawarkan produk yang halal, mematuhi prinsip keadilan dalam penawaran bisnis, dan menghindari produk yang bertentangan dengan ajaran agama.

b. Transparansi dan Etika Bisnis yang Tinggi

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah mendorong transparansi dan etika bisnis yang tinggi dalam operasi bisnis MLM. Perusahaan yang mematuhi prinsip ini cenderung memberikan informasi

yang jelas dan jujur kepada anggotanya, serta memperlakukan mereka dengan adil dan menghormati hak-hak mereka.

c. Pemberdayaan Ekonomi dan Keadilan

Pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat mendorong perusahaan MLM untuk mempraktikkan pembagian keuntungan yang adil dan memberdayakan anggotanya secara ekonomi. Ini dapat mencakup memberikan peluang yang setara untuk berkembang dan sukses dalam bisnis, serta memastikan bahwa keuntungan dibagikan secara proporsional sesuai dengan kontribusi masing-masing anggota.

d. Penghindaran Praktik Haram

Kepatuhan terhadap hukum ekonomi syariah juga mempengaruhi penghindaran terhadap praktik-praktik haram dalam bisnis MLM, seperti riba, spekulasi, atau transaksi yang melanggar prinsip-prinsip Islam. Perusahaan yang mematuhi prinsip ini akan berusaha untuk memastikan bahwa semua transaksi dan operasi bisnis mereka sesuai dengan nilai-nilai agama.

e. Pengembangan Produk dan Layanan yang Berkelanjutan

Pemahaman tentang hukum ekonomi syariah dapat mendorong perusahaan MLM untuk mengembangkan produk dan layanan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Ini mencakup memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka, serta memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan memiliki manfaat yang positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

f. Kepercayaan dan Kepuasan Anggota

Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah juga dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan anggota terhadap perusahaan MLM. Anggota cenderung lebih percaya dan puas dengan perusahaan yang mematuhi prinsip-prinsip agama, dan ini dapat meningkatkan retensi anggota dan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

B. Regulasi Pemerintah Terhadap MLM Mempengaruhi Persepsi dan Praktik Hukum Ekonomi Syariah di Antara Anggota MLM

1. Status Kehalalan MLM

Kaidah fiqih menyatakan, "Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan," dengan pengecualian diharamkan oleh dalil syariat. MLM dalam konteks Fiqih Islam termasuk dalam pembahasan Fiqih Muamalah atau Bab *Buyu'* (perdagangan). Ada beberapa hal yang perlu diketahui oleh umat Islam yang akan terlibat dalam bisnis ini, karena prinsip dasarnya adalah boleh, asalkan tidak melibatkan unsur riba, penipuan, merugikan pihak lain,

ketidaktransparanan, atau kebohongan.¹⁵ Namun, kehalalan MLM tidak selalu jelas atau definitif. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas struktur bisnis MLM itu sendiri, serta interpretasi yang beragam terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Misalnya, beberapa praktik dalam MLM mungkin dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah oleh beberapa pihak, sementara oleh pihak lain dianggap kontroversial atau bahkan bertentangan.

Ketidajelasan kehalalan MLM juga dipengaruhi oleh perbedaan pendapat di kalangan ulama atau otoritas agama, serta kurangnya regulasi yang spesifik dalam hal ini. Beberapa ulama atau otoritas agama mungkin menilai bahwa struktur atau praktik tertentu dalam MLM tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah, sementara yang lain mungkin menganggapnya dapat diterima.

Regulasi terkait MLM bervariasi di setiap negara dan seringkali mencakup aspek perlindungan konsumen, praktik bisnis yang adil, dan pencegahan penipuan. Tidak ada undang-undang yang secara khusus mengatur atau mengkaji kehalalan MLM. Di Indonesia, regulasi terkait MLM terutama tercakup dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh *Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI)* untuk industri perdagangan berjangka komoditi. Namun, dalam konteks kehalalan MLM, regulasi pemerintah biasanya tidak secara spesifik membahas aspek ini. Sebagai gantinya, regulasi lebih fokus pada perlindungan konsumen dan pencegahan praktik bisnis yang merugikan. Dalam hal ini, fatwa dari lembaga seperti *Majelis Ulama Indonesia (MUI)* sering dijadikan pedoman oleh masyarakat Indonesia dalam menentukan kehalalan suatu bisnis, termasuk MLM.¹⁶ Namun, penting untuk diingat bahwa fatwa MUI bukanlah undang-undang yang mengikat secara hukum, melainkan sebagai panduan moral dan spiritual bagi umat Islam.

Dengan demikian, dalam konteks regulasi pemerintah terhadap MLM, penting untuk memperhatikan perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip bisnis yang adil, serta mendapatkan pandangan dari otoritas agama terkait dengan kehalalan praktik bisnis MLM.

2. Dampak Regulasi Pemerintah Terhadap Anggota MLM di Mataram

Regulasi pemerintah terhadap industri Multi-Level Marketing (MLM) di Mataram memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi dan praktik hukum ekonomi syariah di kalangan anggota MLM. Implementasi regulasi ini tidak hanya mengatur operasional perusahaan MLM, tetapi juga secara langsung mempengaruhi cara anggota MLM menjalankan bisnis mereka.

¹⁵ Syarif Hidayatullah, *Qowaid Fiqhiyyah dan Penerapannya Dalam Transaksi Keuangan Syariah Kontemporer*, Gramata Publishing, Depok, 2012, hlm. 38.

¹⁶ Wardatul Wildiana, *Tinjauan Hukum Islam dalam Jual Beli Pulsa Handphone dengan Sistem Multilevel Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)* (Unpublished Undergraduate thesis, Universitas Semarang, 2015), hlm. 3-5.

Pertama-tama, regulasi pemerintah memperkuat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Persyaratan yang diberlakukan, seperti transparansi dalam transaksi, pembagian risiko yang adil, dan perlindungan terhadap kepentingan konsumen, mendorong anggota MLM untuk mengintegrasikan nilai-nilai ini dalam praktik bisnis mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan keadilan dalam transaksi, tetapi juga memperkuat integritas industri MLM secara keseluruhan.

Selanjutnya, pengawasan yang ketat dan penegakan hukum yang konsisten terhadap regulasi ini memberikan insentif bagi anggota MLM untuk mematuhi aturan yang ditetapkan. Ancaman sanksi dan pengawasan aktif oleh pemerintah mendorong perusahaan MLM untuk menjalankan operasional mereka sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, mengurangi peluang untuk terlibat dalam praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan.

Pendidikan dan penyuluhan juga menjadi komponen penting dalam regulasi ini. Inisiatif untuk meningkatkan pemahaman anggota MLM tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah tidak hanya meningkatkan kesadaran mereka, tetapi juga membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih beretika dan berorientasi pada keadilan.

Pengaruh sentimen masyarakat terhadap regulasi ini juga tidak bisa diabaikan. Dukungan yang kuat atau kritik yang tajam terhadap regulasi pemerintah dapat mempengaruhi cara anggota MLM menyesuaikan strategi bisnis mereka. Respons ini dapat menciptakan tekanan tambahan bagi perusahaan MLM untuk beroperasi sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat umum.

Secara keseluruhan, regulasi pemerintah terhadap MLM di Mataram bukan hanya bertujuan untuk mengatur bisnis, tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, berkeadilan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Dengan implementasi yang tepat, regulasi ini berpotensi meningkatkan reputasi industri MLM dan membangun kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

C. Persepsi Anggota MLM Terhadap Praktik Bisnis MLM dan Hukum Ekonomi Syariah

Bisnis merupakan bagian integral dari aktivitas ekonomi dan memainkan peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Berbagai alasan untuk berbisnis dapat menjadi faktor pendorong yang signifikan dalam mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Aktivitas bisnis selalu melibatkan pembangunan hubungan dan perjanjian antara individu atau kelompok, yang pada akhirnya menghasilkan kesepakatan antara kedua belah pihak. Rasulullah mendorong umatnya untuk terlibat dalam bisnis, karena dianggap sebagai salah satu cara tercepat untuk

memperoleh rezeki. Hal ini terbukti dari berbagai ajaran yang menekankan pentingnya menjalankan bisnis dengan cara yang benar.¹⁷

Wawancara dengan anggota MLM mengungkapkan variasi dalam pengalaman mereka dalam industri ini. Mayoritas responden telah terlibat dalam industri MLM selama lebih dari 1 tahun, dengan beberapa anggota yang memiliki pengalaman lebih dari 3 tahun. Ini menunjukkan keberlanjutan dan ketertarikan yang berkelanjutan dalam model bisnis ini di Mataram. Anggota MLM di Mataram bergabung dengan industri ini karena mencari sumber penghasilan tambahan serta kesempatan untuk membangun jaringan sosial dan keterampilan bisnis. Beberapa juga melihat MLM sebagai peluang untuk mencapai kebebasan finansial.

Secara umum, anggota MLM di Mataram memiliki pemahaman yang bervariasi tentang bagaimana prinsip-prinsip ekonomi syariah harus diterapkan dalam praktik bisnis MLM. Beberapa responden mengakui pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kehalalan produk, sementara yang lain merasa bahwa tidak semua praktik dalam industri ini selalu memenuhi standar tersebut. Regulasi pemerintah terhadap industri MLM juga menjadi perhatian. Terdapat pendapat bervariasi tentang pengaruh regulasi pemerintah terhadap MLM di kalangan anggota di Mataram. Beberapa responden merasa bahwa regulasi yang ada belum cukup efektif dalam mengatur industri ini dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Namun, sebagian besar setuju bahwa regulasi yang lebih ketat dapat membantu meningkatkan integritas bisnis dan memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai agama. Dari segi dampak finansial dan sosial, sebagian besar anggota MLM melaporkan adanya peningkatan penghasilan tambahan, meskipun juga menghadapi tantangan sosial di antara sesama anggota dan masyarakat umum terkait persepsi negatif terhadap industri ini. Mayoritas responden menyadari risiko skema piramida atau penipuan berjenjang dalam industri MLM. Anggota MLM umumnya menyadari risiko ini dan percaya bahwa pendekatan yang transparan dan edukasi yang lebih baik dapat membantu mengurangi risiko tersebut.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Muhamad Marzuki (2021) tentang “Analisis Bisnis MLM Ditinjau dari Sisi Mudharatnya” menyatakan bahwa bisnis MLM tidak semuanya memang merugikan orang yang menjalankannya, tetapi tidak semua orang juga cocok menjalankannya, bahkan merugi dan tidak sesuai dengan hati nurani. Bisnis MLM mendatangkan mudharat karena hanya mensejahterakan pemilik dan para bos yang ada di level atas bisnis MLM ini dan “memperalat” dibawahnya untuk dijadikan mesin pemasaran yang mereka sendiri tidak sejahtera. Walaupun tidak semua bisnis MLM seperti itu.¹⁸ Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Tira Nur Fitria (2016) mengenai “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam

¹⁷ Fauzia, Ika Yunia. Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multilevel Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida (HPA) di Surabaya. (Unpublished doctoral dissertation). IAIN Sunan Ampel, 2011).

Pandangan Islam” yaitu perusahaan MLM syariah adalah perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang berjenjang, dengan menggunakan konsep syariah, baik dari sistemnya maupun produk yang dijual. Pada dasarnya MLM syariah merupakan konsep jual beli yang berkembang dengan berbagai macam variasinya. Perkembangan jual beli dan variasinya ini tentu saja menuntut kehati-hatian agar tidak bersentuhan dengan hal-hal yang diharamkan oleh syariah, misalnya riba dan gharar, baik pada produknya atau pada sistemnya. Jadi, dalam menjalankan bisnis MLM perlu diwaspadai dampak negatif psikologis yang mungkin timbul, sehingga membahayakan kepribadian.¹⁹

Dari hasil wawancara dan observasi, dapat dilihat bahwa sebagian anggota MLM di Mataram memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti larangan riba dan keadilan dalam pembagian keuntungan. Seperti Responden AR menyatakan, "Saya yakin bahwa bisnis MLM yang saya jalani sesuai dengan prinsip ekonomi syariah karena kami tidak menggunakan sistem riba dan pembagian keuntungan dilakukan secara adil". Namun, tidak semua anggota MLM memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip tersebut. Seperti Responden NA mengaku, "Saya kurang paham tentang konsep ekonomi syariah, tapi saya berusaha mempelajarinya karena saya tahu itu penting dalam bisnis MLM." Meskipun demikian, ada beberapa anggota MLM yang menghadapi tantangan dalam mematuhi prinsip ekonomi syariah dalam praktik bisnis mereka. Seperti Responden AG mengungkapkan, "Saya kurang paham dengan bisnis saya sesuai dengan prinsip ekonomi syariah karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal ini."

Persepsi anggota MLM terhadap kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip ekonomi syariah juga bervariasi. Beberapa anggota percaya bahwa bisnis mereka sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, seperti yang diungkapkan oleh Responden AN: "Saya yakin bahwa produk yang saya tawarkan tidak melanggar prinsip ekonomi syariah karena kami selalu memastikan keberkahan dalam setiap transaksi". Namun, ada juga anggota yang merasa perlu melakukan penyesuaian lebih lanjut dalam praktik bisnis mereka agar sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Contohnya, Responden NV mengatakan, "Saya sadar bahwa bisnis kami masih perlu diperbaiki agar lebih sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, terutama dalam hal pembagian keuntungan yang masih kurang adil."

Dari contoh di atas, dapat dilihat bahwa persepsi anggota MLM di Mataram terhadap kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip ekonomi syariah dipengaruhi oleh pemahaman individu, pengalaman bisnis, dan kesadaran akan tantangan yang dihadapi. Oleh karena itu, pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam meningkatkan pemahaman dan kesesuaian praktik bisnis dengan prinsip ekonomi syariah menjadi penting dalam pengembangan industri MLM di Mataram.

Penutup

Berdasarkan analisis psikodinamika anggota MLM di Mataram terhadap Hukum Ekonomi Syariah (HES), dapat diambil kesimpulan bahwa anggota MLM yang memiliki pemahaman yang baik tentang HES cenderung memilih untuk terlibat dalam bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba dan keadilan ekonomi. Hal ini mempengaruhi pemilihan produk, strategi pemasaran, dan kebijakan keuangan dalam bisnis mereka. Pemahaman tentang HES bukan hanya memengaruhi keputusan bisnis tetapi juga membentuk motivasi dan identitas anggota MLM. Mereka cenderung lebih terdorong untuk berbisnis secara etis dan mempertimbangkan implikasi sosial dari tindakan ekonomi mereka.

Pemahaman yang mendalam tentang HES membantu membangun hubungan yang kuat antara anggota MLM dengan pelanggan dan mitra bisnis. Mereka mencari kemitraan yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas dalam jangka panjang. Meskipun beberapa anggota mungkin memiliki pemahaman terbatas tentang HES, pendidikan dan bimbingan dapat membantu meningkatkan kesadaran mereka terhadap prinsip-prinsip ini. Hal ini penting untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip HES diterapkan secara efektif dan konsisten dalam praktik bisnis MLM di Mataram.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian tulisan ini hingga dapat dipublikasikan.

Daftar Pustaka

- Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta:Sinar Grafika,2004), hlm.170
- Clothier, *Menghasilkan Uang dengan MLM: Cara Praktis Menuju Penjualan Jaringan yang Sukses* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm.9
- Kumparan Bisnis. Kenali ciri-ciri mlm bodong. Jakarta. 7 Maret 2019, diakses dari <https://kumparan.com/kumparanbisnis/kenali-ciri-ciri-mlm-bodong1551925754477152365/full> (Diakses pada 1 Oktober 2020)
- Sofwan Juhairi, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktis MLM Syariah* (Jakarta; Mujaddidi Press, 2013), hlm. 79.
- Bagoes Wuryando. *Jurus Maut MLM Anti Gagal* (Yogyakarta: Medpress, 2010), hlm. 13.
- Dikutip dari Muhammad Abdul Tausika, MSc. "Meninjau Hukum MLM," Rumaysho.com, diakses dari <https://rumaysho.com/2490-menin-jau-hukum-mlm.html> (Diakses pada 4 juni 2012); Dr. Erwandi Tarmizi MA. "MLM Bolehkah?" Al-MAnhaj.or.id, diakses dari <https://almanhaj.or.id/3876-mlm-bolehkah.html> (diakses pada 2014).
- Khoiron, AM. "MLM yang Diharamkan dan yang Diperbolehkan". Nu Online, diakses dari <https://nu.or.id/syariah/mlm-yang-diharamkan-dan-yang-diperbolehkan-7oemq> (diakses pada 11 Mei 2019).
- Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai dengan Pengelolaannya*. (Jakarta: Qultum Media, 2005), hlm.10.
- Irfanuris Kurniawan. *Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, 2019.
- Fauzia, Ika Yunia. *Perilaku Bisnis dalam Jaringan Pemasaran: Studi Kasus Pemberian Kepercayaan dalam Bisnis Multilevel Marketing Syariah (MLMS) pada Herba al-Wahida (HPA) di Surabaya*. (Unpublished doctoral dissertation). IAIN Sunan Ampel, 2011)
- Observasi, Mataram, 11 Mei 2024
- George Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996) hlm. 131
- Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam," ASAS 3, no.1, (Lampung Januari 2011): 69-82
- Syarif Hidayatullah, *Qowaid Fiqhiyyah dan Penerapannya dalam Transaksi keuangan Syariah Kontemporer*, Gramata Publishing, Depok, 2012, hlm. 38.
- Wardatul Wildiana, *Tinjauan Hukum Islam dalam Jual Beli Pulsa Handphone dengan Sistem Multilevel Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)* (Unpublished Undergraduate thesis, Universitas Semarang, 2015), hlm. 3-5.
- Salim H.S ., & Nurbani, H. S. *Aplikasi Teori Hukum dalam Penelitian Tesis dan Disertasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 37

- Budi widi Astuti, "Multi Ethical Problems Dalam Bisnis Multi Level Marketing,"
Jurnal Cakrawala Penelitian Sosial Vol.5, no.3, (2016): 45-59.
- Muhamad Marzuki, "Analisis Bisnis MLM Ditinjau dari Sisi Mudharatnya", Ta'dib :
Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-isu Sosial Volume 19 No 1 (2021): 116-127.
- Tira Nur Fitria, "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam pandangan islam",
Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02, No. 02 (2016): 105-117.