



Multi-Level Marketing (MLM) Law According to the Fatwa of the Lajnah Daimah

Hukum Multi Lever Marketing (MLM) Menurut Fatwa Lajnah Daimah

Lalu Arcane Banjaran Sari

Universitas Islam Negeri Mataram

*Correspondence: 230404031.mhs@uinmataram.ac.id

ABSTRACT

This article examines the perspective of the Lajnah Daimah (Permanent Committee for Scholarly Research and Fatwa) regarding the legal status of Multi-Level Marketing (MLM) within the framework of Islamic Shariah. MLM is a controversial business model in Indonesia, often criticized for its resemblance to Ponzi schemes and its potential violation of key Islamic economic principles, such as *riba* (usury) and *gharar* (excessive uncertainty). Fatwa No. 22935 issued by the Lajnah Daimah explicitly declares MLM to be impermissible (*haram*), citing its emphasis on commission-based earnings over genuine product value, as well as its inherent elements of *riba* and *gharar*. This study provides a critical analysis of the fatwa and its implications for MLM practices in Indonesia, emphasizing the necessity of adhering to Shariah-compliant principles in business activities.

Keywords: Multi-Level Marketing; Fatwa Lajnah Daimah; MLM Law; Islamic Law; Ponzi

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji pandangan Lajnah Daimah terkait hukum Multi Level Marketing (MLM) dalam konteks syariah Islam. MLM adalah model bisnis yang kontroversial di Indonesia, seringkali dikritik karena mirip dengan skema Ponzi dan mengandung unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti *riba* dan *gharar*. Fatwa nomor 22935 dari Lajnah Daimah menegaskan bahwa MLM dianggap haram karena fokusnya pada komisi daripada nilai produk yang sebenarnya, serta karena mengandung unsur *riba* dan *gharar*. Artikel ini menganalisis fatwa tersebut dan implikasinya terhadap praktik MLM di Indonesia, menyoroti pentingnya mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis.

Kata Kunci: MLM; Fatwa Lajnah Daimah; Hukum MLM; Hukum Islam; Ponzi

This is an open access article under the [CC - BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Multi Level Marketing (MLM) adalah sebuah model bisnis dimana peserta memperoleh pendapatan dari hasil penjualan produk dan juga dari perekrutan anggota baru ke dalam jaringan mereka ([ramadini & Kurniawan, 2023](#)). Model bisnis ini memungkinkan anggota untuk mendapatkan komisi tidak hanya dari penjualan pribadi, tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh anggota baru yang direkrut. Di Indonesia, MLM telah menjadi fenomena yang sangat populer, menarik minat banyak orang karena janji keuntungan yang besar dan cepat. Berbagai perusahaan MLM hadir dengan berbagai produk, mulai dari kosmetik, kesehatan, hingga produk rumah tangga, menawarkan peluang bisnis bagi banyak orang dari berbagai latar belakang ([Latifah et al., 2022](#)).

Namun, popularitas MLM di Indonesia juga membawa berbagai permasalahan. Salah satunya adalah kemiripan beberapa skema MLM dengan skema Ponzi. Skema Ponzi adalah penipuan investasi di mana keuntungan yang diperoleh untuk investor awal berasal dari uang yang diinvestasikan oleh investor baru, bukan dari keuntungan bisnis yang sah. Skema ini tidak berkelanjutan dan akhirnya akan runtuh ketika aliran investor baru berhenti ([Ani et al., 2023](#)). Di Indonesia, banyak kasus penipuan yang menggunakan kedok MLM untuk menjalankan skema Ponzi, mengakibatkan kerugian besar bagi banyak orang. Salah satunya adalah penipuan

yang menggunakan kedok MLM semakin marak, termasuk dalam dunia investasi kripto. Salah satu kasus terbaru melibatkan penipuan yang meraup sekitar Rp 234 triliun dari investor kripto. Para investor tertipu dengan janji keuntungan besar melalui skema MLM, yang ternyata hanya menggunakan dana dari investor baru untuk membayar keuntungan investor lama. Kasus ini menunjukkan bagaimana skema Ponzi dapat bersembunyi di balik praktik MLM, menyebabkan kerugian besar bagi banyak orang yang tergoda dengan iming-iming keuntungan cepat (Febriandika et al., 2023).

Dalam perspektif hukum Islam, MLM yang mengandung unsur penipuan, ketidakpastian (*gharar*), dan *riba* (bunga) dianggap tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Islam mengajarkan bahwa semua transaksi bisnis harus adil, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan atau eksploitasi. Oleh karena itu, model bisnis MLM yang menyerupai skema Ponzi atau mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, dianggap haram dan harus dihindari oleh umat Muslim (Wahed, 2019). Lajnah Daimah adalah sebuah komite tetap untuk penelitian ilmiah dan fatwa di Arab Saudi, yang terdiri dari para ulama dan ahli hukum Islam terkemuka. Mereka memiliki otoritas untuk mengeluarkan fatwa mengenai berbagai masalah yang dihadapi umat Islam, termasuk masalah ekonomi dan bisnis (Miftah, 2023). Fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Lajnah Daimah sangat berpengaruh dan dijadikan rujukan oleh banyak umat Islam di seluruh dunia. Oleh karena itu, penting bagi umat Islam untuk memahami dan mengetahui pendapat Lajnah Daimah mengenai MLM, agar dapat menjalankan aktivitas bisnis dan ekonomi mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang benar (Irawan et al., 2019).

Walaupun banyak penelitian membahas praktik MLM dan dampak negatifnya di Indonesia, serta beberapa membahas hukum Islam terhadap MLM secara umum, masih sangat terbatas kajian yang secara spesifik dan mendalam menganalisis pandangan Lajnah Daimah sebagai otoritas fatwa penting di dunia Islam terhadap MLM, dan bagaimana pandangan tersebut dapat diterapkan atau dibandingkan dalam konteks sosial-ekonomi di Indonesia. Banyak skema MLM di Indonesia mengandung unsur-unsur *gharar*, *riba*, dan *taqlid*, namun belum banyak yang mengkaji apakah praktik tersebut telah dianalisis sesuai dengan fatwa-fatwa Lajnah Daimah secara spesifik, padahal fatwa ini diakui sebagai rujukan oleh banyak institusi syariah global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis telaah Pustaka menggunakan data sekunder (Moleong, 2019). Data yang dianalisis dalam penelitian ini adalah fatwa Lajnah Daimah nomor 22935 tertanggal 14/3/1425 H. Metode ini melibatkan kajian mendalam terhadap teks fatwa tersebut untuk memahami pandangan Lajnah Daimah mengenai hukum *Multi Level Marketing* (MLM). Data sekunder dari literatur lain yang relevan juga digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks yang lebih luas tentang pandangan Islam terhadap MLM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Multi Level Marketing (MLM), juga dikenal sebagai pemasaran berjenjang, adalah model bisnis yang memungkinkan peserta memperoleh pendapatan tidak hanya dari penjualan langsung produk tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh orang-orang yang mereka rekrut ke dalam jaringan mereka. Model ini bekerja dengan menciptakan struktur yang menyerupai piramida di mana setiap anggota berada di tingkat yang berbeda dan mendapatkan komisi dari penjualan anggota di bawah mereka (ramadini & Kurniawan, 2023).

Sistem MLM beroperasi melalui dua mekanisme utama: penjualan produk langsung dan perekrutan anggota baru. Ketika seorang distributor menjual produk, mereka mendapatkan komisi dari penjualan tersebut (Abrori, 2024). Selain itu, mereka juga didorong untuk merekrut anggota baru. Setiap kali anggota baru yang direkrut berhasil menjual produk, *upline* (orang yang merekrut mereka) juga mendapatkan komisi. Dengan demikian, pendapatan seorang distributor dalam MLM tidak hanya bergantung pada penjualan pribadi tetapi juga pada penjualan yang dilakukan oleh jaringan mereka (Syaharuddin, 2023).

Fatwa adalah ketetapan hukum atau keputusan yang diberikan oleh seorang ahli hukum Islam (*mufti*) atau lembaga fatwa mengenai masalah tertentu yang dihadapi oleh umat Islam. Fatwa ini berdasarkan interpretasi hukum Islam, termasuk Al-Qur'an, Hadis, *Ijma'* (konsensus), dan *Qiyas* (analogi) ("Is the 'Fatwa' a Fatwa?," 2014). Fatwa bukanlah hukum yang mengikat seperti undang-undang negara, tetapi merupakan panduan yang sangat berpengaruh dan dihormati oleh umat Islam (Ulum, 2014).

Proses penerbitan fatwa melibatkan beberapa langkah yang ketat. Pertama, masalah yang perlu difatwakan diajukan oleh individu atau komunitas yang memerlukan panduan hukum. Kemudian, mufti atau lembaga fatwa melakukan penelitian mendalam dengan merujuk pada sumber-sumber hukum Islam. Mereka mempertimbangkan semua aspek yang relevan sebelum memberikan opini hukum. Setelah fatwa dikeluarkan, fatwa tersebut disebarluaskan kepada publik untuk dijadikan panduan (Ulum, 2014). Lajnah Daimah, atau Komite Tetap untuk Penelitian Ilmiah dan Fatwa, didirikan di Arab Saudi dan merupakan salah satu badan fatwa paling berpengaruh di dunia Islam. Badan ini terdiri dari para ulama dan ahli hukum Islam yang memiliki keahlian dalam berbagai bidang syariah. Mereka bertugas memberikan panduan keagamaan melalui fatwa-fatwa yang menjawab berbagai masalah kontemporer yang dihadapi umat Islam (Asriadi, 2020). Lajnah Daimah terdiri dari beberapa anggota yang dipilih berdasarkan keahlian mereka dalam ilmu syariah. Mereka bekerja secara kolektif untuk mengkaji masalah-masalah yang diajukan kepada mereka. Setiap masalah yang diangkat dipelajari secara mendalam dengan merujuk pada Al-Qur'an, Hadis, dan pendapat para ulama terdahulu. Setelah melalui proses kajian dan diskusi, fatwa diterbitkan dan disebarluaskan kepada public. Fatwa yang dikeluarkan oleh Lajnah Daimah memiliki otoritas yang kuat dan sering dijadikan acuan oleh umat Islam di berbagai belahan dunia (Ana Siti Parida Dwi Yuliantika et al., 2024). Hal ini karena Lajnah Daimah dikenal dengan pendekatan yang ketat dan teliti dalam menafsirkan hukum Islam. Fatwa-fatwa mereka memberikan panduan yang jelas dan terpercaya, membantu umat Islam dalam menjalankan aktivitas sehari-hari sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks MLM, pandangan dan fatwa Lajnah Daimah sangat penting karena membantu umat Islam untuk menghindari model bisnis yang tidak sesuai dengan ajaran agama (Nurhalizah & Fageh, 2022).

Fatwa Lajnah Daimah nomor 22935 tertanggal 14/3/1425 H:

Segala puji bagi Allah,

Terdapat banyak sekali pertanyaan yang datang kepada Al-Lajnah ad-Daimah Lil Buhuts al-Ilmiyah wal Ifta' tentang aktivitas perusahaan-perusahaan pemasaran berpiramida (Multi Level Marketing), seperti Biznas. Kesimpulannya, aktivitas mereka adalah meyakinkan seseorang untuk membeli sebuah produk agar dia juga bisa meyakinkan orang lain untuk membeli produk tersebut, demikian seterusnya. Setiap kali bertambah tingkatan anggota di bawahnya, maka orang yang pertama akan mendapatkan keuntungan besar yang bisa mencapai ribuan real. Dan setiap anggota yang dapat mengajak orang-orang setelah bergabung, maka ia akan mendapatkan keuntungan yang sangat besar pula, selagi ia berhasil merekrut anggota-anggota baru setelah masuk ke dalam daftar para anggota. Inilah yang dinamakan dengan pemasaran berpiramida atau berjejaring (Multi Level Marketing/MLM).

Maka, Lajnah Da'imah menjawab, "Sesungguhnya, transaksi jenis ini adalah haram, karena tujuannya adalah komisi, bukan produk. Terkadang komisi itu bisa mencapai puluhan ribu, padahal harga produk tidaklah sampai beberapa ratus. Orang yang berakal ketika dihadapkan di antara dua pilihan, niscaya ia akan memilih komisi. Karena itu, sandaran perusahaan-perusahaan ini dalam mempromosikan produk-produk mereka adalah menampakkan jumlah komisi yang besar yang mungkin didapatkan oleh anggota dan menjanjikan untuk mereka keuntungan yang melampaui batas sebagai imbalan dari modal yang kecil, yaitu harga produk. Maka, produk yang dipasarkan oleh perusahaan-perusahaan ini sekedar kedok dan pengantar untuk mendapatkan keuntungan besar.

Melihat hakikat dari transaksi di atas, maka secara syar'i usaha seperti ini adalah haram karena beberapa alasan (Jauhari et al., 2021): Pertama, transaksi tersebut mengandung riba dalam 2 jenis, yaitu riba al-fadhl dan riba an-nasiah. Orang yang ikut dalam bisnis itu (anggota) membayar sejumlah kecil dari hartanya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar darinya. Maka, ia menukar uang dengan uang dalam bentuk tafadhul (ada selisih nilai) dan ta'khir (tidak kontan). Ini adalah bentuk riba yang diharamkan menurut nash (al-Quran dan hadits) dan kesepakatan para ulama. Produk yang dijual oleh perusahaan kepada konsumen hanya sebagai kedok untuk barter uang tersebut dan bukan menjadi tujuan anggota untuk mendapatkan keuntungan dari pemasarannya, sehingga keberadaan produk tidak berpengaruh dalam hukum (transaksi jual beli).

Kedua, Transaksi seperti ini termasuk gharar yang diharamkan menurut syariat, karena anggota tidak mengetahui apakah dia akan berhasil mendapatkan jumlah anggota yang cukup atau tidak? Dan bagaimanapun pemasaran berpiramida itu berlanjut, pasti akan mencapai batas akhir yang akan berhenti padanya. Sedangkan anggota tidak tahu ketika bergabung di dalam piramida, apakah dia berada di tingkatan teratas sehingga ia beruntung, atau berada di tingkatan bawah sehingga ia merugi. Dan kenyataannya, kebanyakan anggota piramida

merugi, kecuali sangat sedikit di tingkatan atas. Dengan demikian, yang mendominasi adalah kerugian. Maka, ini adalah hakikat gharar (tidak ada kejelasan di antara dua belah pihak). Padahal, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam telah melarang dari perbuatan gharar, sebagaimana diriwayatkan oleh Muslim dalam Shahih-nya (Rahman et al., 2024).

Ketiga, Apa yang terdapat dalam transaksi ini merupakan praktik memakan harta manusia dengan cara yang batil, karena tidak ada yang mengambil keuntungan dari transaksi ini selain perusahaan dan para anggota yang ditentukan oleh perusahaan dengan tujuan menipu anggota lainnya. Hal ini telah disebutkan dalam al-Quran tentang keharamannya,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil...” (Qs. an-Nisa: 29).

Keempat, Dalam transaksi ini terdapat penipuan, pengaburan dan penyamaran terhadap manusia. Dari sisi penampakan produk, seakan-akan itulah tujuan dalam transaksi, padahal kenyataannya tidak demikian. Dan dari sisi yang lain, mereka menjanjikan komisi yang besar, tapi seringkali tidak terwujud. Dan ini semua terhitung penipuan yang diharamkan. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda,

مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

“Siapa saja yang menipu, maka ia bukan golonganku.” (HR. Muslim).

Dan dalam hadits yang lain beliau bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

“Dua orang yang melakukan transaksi jual beli berhak menentukan pilihannya (khiyar) selama belum berpisah, niscaya akan mendapatkan berkah dari transaksinya. Dan jika keduanya saling dusta dan tertutup, niscaya akan dicabut keberkahan transaksinya.” (Muttafaqun alaih, disepakati al-Bukhari dan Muslim).

Adapun pendapat bahwa transaksi ini tergolong samsarah (jasa sebagai makelar/broker/ perantara), maka itu tidak benar. Karena samsarah adalah transaksi di mana pihak pertama mendapatkan imbalan atas usaha menjual produknya. Adapun pemasaran MLM, anggotalah yang mengeluarkan biaya untuk memasarkan produk tersebut.

Hakikat atau maksud dari samsarah adalah memasarkan barang, berbeda dengan pemasaran berbasis MLM, maksud sebenarnya adalah pemasaran komisi dan bukan (pemasaran) produk. Karena itu, orang yang bergabung dalam MLM akan memasarkan kepada orang yang akan memasarkan dan seterusnya. Berbeda dengan samsarah, (di mana) pihak perantara benar-benar memasarkan kepada calon pembeli barang. Perbedaan di antara dua transaksi sangatlah jelas.

Adapun pendapat bahwa komisi-komisi tersebut masuk dalam kategori hibah (pemberian), maka ini tidak benar. Andaikata (pendapat itu) diterima, maka tidak semua bentuk hibah itu boleh menurut syariat. (Sebagaimana) hibah yang terkait dengan suatu pinjaman adalah riba.

Oleh karena itu, Abdullah bin Salam berkata kepada Abu Burdah,

إِنَّكَ بِأَرْضِ الرَّبَا بِهَا فَائِسٌ إِذَا كَانَ لَكَ عَلَى رَجُلٍ حَقٌّ فَأَهْدَى إِلَيْكَ جَمْلَ تَبْنٍ أَوْ جَمْلَ شَعِيرٍ أَوْ جَمْلَ قَتِّ فَإِنَّهُ رَبَا

“Sesungguhnya engkau berada di suatu tempat yang riba tersebar padanya. Maka, jika engkau memiliki hak pada seseorang kemudian dia menghadiahkan kepadanya sepikul jerami, sepikul gandum atau sepikul tumbuhan, maka itu adalah riba.” (HR al-Bukhari).

Dan (hukum) hibah tergantung dari sebab adanya hibah tersebut. Karena itu, ketika ada seorang pekerja yang datang lalu berkata, “Ini untuk kalian, dan ini dihadiahkan kepada saya.” Maka, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Bukankah seandainya engkau duduk di rumah ayahmu atau ibumu, lalu engkau menunggu (saja), apakah dihadiahkan kepadamu atau tidak?” (HR. Muslim).

Dan komisi-komisi ini hanyalah diperoleh karena bergabung dalam sistem pemasaran berjejaring. Maka apapun namanya, baik itu hadiah, hibah, atau selainnya, maka hal tersebut sama sekali tidak mengubah hakikat dan hukumnya. Dan (juga) hal yang patut disebut di sana ada beberapa perusahaan yang muncul di pasar bursa

dengan sistem pemasaran berjejaring atau berpiramida (MLM) dalam transaksi mereka, seperti Smart Way, Gold Quest dan Seven Diamond. Dan hukumnya sama dengan perusahaan-perusahaan yang telah berlalu penyebutannya. Walaupun sebagiannya berbeda dengan yang lainnya pada produk-produk yang mereka perdagangkan. Wabillahi taufiq wa shallallahu 'ala Nabiyyina Muhammad wa aalihi wa shahbihi.

Fatwa al-Lajnah ad-Da'imah Lil Buhuts al-Ilmiah wal Ifta' no. 22935 tanggal 14/3/1425

Fatwa yang dikeluarkan oleh *Al-Lajnah ad-Daimah Lil Buhuts al-Ilmiah wal Ifta'* mengenai pemasaran berjenjang atau Multi Level Marketing (MLM) mengandung beberapa poin penting yaitu penetapan keharaman MLM berdasarkan analisis komprehensif terhadap hakikat transaksi, tujuan, dan implikasinya dalam perspektif syariah. Pertama, Lajnah menegaskan bahwa tujuan utama MLM bukanlah penjualan produk, akan tetapi perolehan komisi melalui rekrutmen anggota baru. Produk dalam skema ini seringkali hanya menjadi alat legitimasi, sementara nilai komisi jauh melebihi harga produk itu sendiri. Misalnya, anggota mungkin membeli produk seharga Rp500.000 rupiah tetapi dijanjikan komisi hingga Rp10 Juta rupiah jika berhasil merekrut anggota bawah. Hal ini bertentangan dengan prinsip dasar jual beli syar'i yang mengutamakan pertukaran barang/jasa bernilai nyata, bukan sekadar transaksi uang yang timpang.

Kedua, Lajnah mengidentifikasi adanya unsur riba dalam MLM, baik riba al-fadhl (selisih nilai tidak adil) maupun riba an-nasiah (penundaan pembayaran). Riba al-fadhl terjadi ketika uang ditukar dengan uang secara tidak sepadan, seperti anggota membayar biaya keanggotaan kecil untuk mendapatkan komisi besar tanpa usaha nyata. Sementara riba an-nasiah muncul karena komisi baru cair setelah syarat rekrutmen terpenuhi, yang menciptakan ketergantungan pada waktu dan ketidakpastian. Kedua bentuk riba ini dilarang keras dalam Islam, sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Baqarah: 275 dan Hadis Nabi tentang larangan pertukaran emas-perak secara tidak kontan.

Ketiga, MLM mengandung gharar (ketidakpastian) yang sistemik. Anggota tidak pernah tahu posisinya dalam piramida—apakah di puncak yang menguntungkan atau di dasar yang merugi. Ketidakjelasan ini bersifat struktural dan disengaja, sehingga melanggar prinsip transparansi dalam muamalah. Rasulullah SAW secara tegas melarang jual beli yang mengandung gharar, sebagaimana diriwayatkan Imam Muslim. Bahkan, gharar dalam MLM dinilai lebih berbahaya karena melibatkan eksploitasi berlapis dan berpotensi merusak hubungan sosial.

Keempat, Lajnah menyoroti praktik “memakan harta secara batil” dalam MLM, sebagaimana dilarang dalam QS. An-Nisa: 29. Sistem piramida membuat keuntungan hanya dinikmati oleh sebagian kecil anggota puncak, sementara mayoritas anggota bawah menanggung kerugian. Ini adalah bentuk ketidakadilan ekonomi yang bertolak belakang dengan maqasid syariah, khususnya prinsip *hifz al-mal* (menjaga harta) dan keadilan distributif. Analisis ekonomi juga menunjukkan bahwa MLM adalah *zero-sum game*, dimana keuntungan satu pihak berasal dari kerugian pihak lain, tanpa menciptakan nilai tambah riil bagi masyarakat.

Fatwa ini ditopang oleh dalil kuat dari Al-Qur'an, Hadis, ijma' ulama tentang larangan riba dan gharar, serta *qiyas* (analogi) terhadap praktik serupa seperti *bay' al-gharar* (jual beli spekulatif). Lajnah juga menolak argumen yang menyamakan MLM dengan *samsarah* (perantara jual beli) atau mengklaim komisi sebagai hibah. *Samsarah* sah selama fokusnya pada penjualan produk, bukan rekrutmen, sedangkan hibah dalam MLM bersyarat dan terkait dengan transaksi ribawi, sehingga tidak sah.

Dalam konteks masa kini, meski MLM bermetamorfosis dengan memanfaatkan teknologi digital, substansi haramnya tetap sama. Perusahaan seperti Herbalife atau Amway—meski mengklaim berorientasi produk—sering kali terjebak dalam logika piramida. Fatwa Lajnah konsisten dengan keputusan lembaga lain seperti MUI yang mengharamkan MLM berbasis rekrutmen, meski MUI memberi ruang untuk *direct selling* yang transparan. Perbedaan pendapat ulama seperti Yusuf al-Qaradawi yang membolehkan MLM dengan syarat ketat pun dianggap tidak realistis oleh Lajnah, karena mayoritas MLM sulit memenuhi kriteria keadilan.

Implikasi fatwa ini signifikan bagi masyarakat Muslim. Di tingkat individu, larangan MLM melindungi umat dari kerugian finansial dan konflik sosial akibat target rekrutmen. Di tingkat komunitas, fatwa mendorong pencarian alternatif bisnis syariah seperti koperasi atau kemitraan mudharabah yang berkeadilan. Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam edukasi masyarakat untuk membedakan MLM haram dari model bisnis halal, serta perlunya regulasi pemerintah yang selaras dengan fatwa ulama.

Kesimpulan dari fatwa ini adalah bahwa MLM, sebagaimana praktiknya didefinisikan dalam fatwa, diharamkan dalam Islam karena melanggar prinsip-prinsip ekonomi yang syariah, seperti larangan terhadap riba, gharar, dan penipuan. Fatwa ini memberikan pandangan yang jelas dan tegas mengenai posisi Islam terhadap jenis bisnis ini, serta menekankan perlunya mematuhi prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam semua transaksi ekonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan fatwa dari Lajnah Daimah, *Multi Level Marketing* (MLM) secara konsisten dianggap haram dalam Islam. Fatwa ini didasarkan pada beberapa alasan utama, antara lain fokus pada komisi daripada produk yang sebenarnya, kemungkinan mengandung unsur riba dan gharar (ketidakpastian), serta praktik tidak adil yang dapat mengakibatkan penipuan terhadap anggotanya. Dengan demikian, fatwa tersebut menegaskan bahwa praktik MLM tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam yang adil dan transparan, dan umat Muslim dihimbau untuk menghindari jenis bisnis ini untuk menjaga kepatuhan terhadap nilai-nilai agama.

Daftar Pustaka

- Abrori, M. (2024). Analisis Praktik Jual Beli Dengan Konsep Multi Level Marketing (Mlm) Perspektif Hukum Islam. *Kasbana : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 112-122. <https://doi.org/10.53948/Kasbana.V4i1.128>
- Ana Siti Parida Dwi Yuliantika, Alda Maulidy, Asnah, & Siva Anis Sabina. (2024). Multi Level Marketing From A Sharia Economic Perspective. *Demagogi: Journal Of Social Sciences, Economics And Education*, 2(2), 65-72. <https://doi.org/10.61166/Demagogi.V2i2.27>
- Ani, Q. S., Wulandari, D. D., & Faizal, L. (2023). Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Investasi Berskema Ponzi. *Asas*, 14(02), 40-50. <https://doi.org/10.24042/Asas.V14i02.13876>
- Asriadi, A. (2020). Peran Lajnah Bahtul Mas'ail Mudi Mesra Samalanga Dalam Merumuskan Istinbāt. *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*, 2(1), 149-169. <https://doi.org/10.22373/Tadabbur.V2i1.81>
- Febriandika, N. R., Fauzy, I., & Kusuma, D. G. (2023). Considerations Of Muslim Consumers Become A Member In Multi-Level Marketing (Mlm) Business: A Case Study In Surakarta. *Dirham : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 39-52. <https://doi.org/10.53990/Dirham.V4i1.182>
- Irawan, I., Jayusman, J., & Hermanto, A. (2019). Studi Fatwa Al-Lajnah Al-Daimah Li Al-Buhus Al-Ilmiyah Wa Al-Ifta': Kritik Atas Larangan Mahar Pernikahan Berupa Hafalan Al-Qur'an. *Kodifikasia*, 13(2), 299. <https://doi.org/10.21154/Kodifikasia.V13i2.1834>
- Jauhari, M. S., Muslim, M. B., & Saepullah, S. (2021). Multi Level Marketing (Mlm) In Fatwa Dsn Mui. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 13(1), 109-120. <https://doi.org/10.15408/Aiq.V13i1.20439>
- Latifah, U., Baihaqi, Y., & Jayusman, J. (2022). Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing. *Asas*, 13(2), 1-23. <https://doi.org/10.24042/Asas.V13i2.11276>
- L.J Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Miftah, Z. (2023). Analisis Praktik Jual Beli Dengan Konsep Multi Level Marketing (Mlm) Perspektif Hukum Islam. *Kasbana : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 135-143. <https://doi.org/10.53948/Kasbana.V3i2.94>
- Nurhalizah, A. R., & Fageh, A. (2022). Future Gold Commodity: Indonesian Ulema Council Vs Lajnah Daimah Lil Buhuts Al'Ilmiyah Wal Ifta. *Juris (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.31958/Juris.V21i1.3647>
- Rahman, Abd., Sukandi, S., & Nahei, N. (2024). Multi Level Marketing Dalam Islam (Antara Kehalalan Dan Etika Bertransaksi Berdasarkan Fatwa Mui No. 75/Dsn-Mui/Vii/2009). *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam*, 5(1), 45-52. <https://doi.org/10.35316/Alhukmi.V5i1.5421>

- Ramadini, I. Rizky, & Kurniawan, R. R. (2023). Hukum Menggunakan Bisnis Mlm Dalam Perspektif Islam. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/4vzqw>
- Syahrudin, S. (2023). Multi Level Marketing (Mlm) Dalam Pandangan Hukum Ekonomi Islam. *Jurnal Iqtisaduna*, 9(2), 334-345. <https://doi.org/10.24252/Iqtisaduna.V9i2.44201>
- Ulum, K. (2014). Fatwa-Fatwa Majelis Ulama Indonesia (Mui) Dalam Pemikiran Hukum Islam Di Indonesia. *Akademika*, 8(2), 166-179. <https://doi.org/10.30736/Akademika.V8i2.83>
- Wahed, Abd. (2019). Multi Level Marketing (Mlm) Cni Dalam Perspektif Hukum Islâm. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 3(2), 183-200. <https://doi.org/10.19105/Al-Lhkam.V3i2.2603>