

Analisi Akad Dalam Bisnis Multi Level Marketing

Ahmad Ramdhani

ramdani@staidarussalam.ac.id

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir

Abstract: *The purpose of writing this article is to analyze the transaction contracts that exist in the multi-level marketing business, Multi-Level Marketing is a network business that has products and it is allowed, until now there has been Sharia MLM, and has been under the auspices of DSN MUI about Sharia tiered direct sales about the processes of Sharia MLM. However, there are still many MLM business people who do not know the concept of the contract used. This research method contains data sources, data types, data collection techniques, and data analysis techniques. Based on the results of research conducted shows that in the multi-level marketing business there are several contracts, including the first recruitment system, this system uses the Wakalah Bil Ujah Akad. The second Buying and Selling is the Akad used is Akad Bai'i (Buying and Selling) or you can use an Order contract (Akad Salam) which is the difference between the MLM business and the Money Game Business. Third Bonus Distribution, In the distribution of contract bonuses*

Keywords: *Akad ba'i, Akad Salam, Multi Level marketing business*

Abstrak : Artikel ini bertujuan untuk menganalisis akad yang ada dalam bisnis multi level marketing. Multi Level Marketing merupakan bisnis jaringan yang ada produknya dan itu diperbolehkan, sampai saat ini sudah ada MLM Syariah, dan sudah berada di bawah naungan DSN MUI tentang penjualan langsung berjenjang Syariah tentang proses-proses dari MLM Syariah. Namun masih banyak Pelaku bisnis MLM tidak mengetahui konsep akad yang digunakan. Dalam artikel ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan data yang diperoleh melalui wawancara terstruktur, yang didukung oleh referensi dari literatur yang relevan dengan bisnis multi level marketing. Jenis data yang diambil adalah data kualitatif, yang dikumpulkan melalui dua teknik yaitu wawancara terstruktur dan penelusuran literatur yang berkaitan dengan bisnis multi level marketing. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukan bahwa dalam bisnis multi level marketing ada beberapa akad, pertama system rekrutasi, System ini menggunakan Akad Wakalah Bil Ujah. Kedua Jual Beli yaitu Akad yang digunakan adalah Akad Bai'i (Jual Beli) atau bisa menggunakan akad Pesanan (Akad Salam) yang mana ini menjadi pembeda antara bisnis MLM dengan Bisnis Money Game. Ketiga Pembagian Bonus, Didalam pembagian bonus akad yang digunakan adalah akad mudharabah yang mana produk sebagai modal dan Anggota (Member) sebagai Pengelola (Mudhorib), atau Bisa juga menggunakan akad Kerja Sama (Musyarakah), dimana modal nya dengan biaya daftar menjadi Anggota (Member) dalam bisnis multi level marketing

Kata Kunci: *Akad ba'i, Akad Salam, Bisnis multi level marketing*

Pendahuluan

Multi Level Marketing akhir-akhir ini semakin banyak mendapat perhatian di kalangan bisnis. Untuk menghilangkan cacat yang terkait dengan sistem pemasaran saat ini terkait saluran distribusi, promosi, dan periklanan, diperlukan strategi baru dalam pemasaran. Penjualan langsung merupakan versi inovatif dari sistem saluran langsung. Konsep Pemasaran Bertingkat atau pemasaran rujukan merupakan metode distribusi produk. Produk-produk didistribusikan melalui distributor independen. Distributor diberi kesempatan untuk memperkenalkan distributor lain ke bisnis tersebut. Alih-alih mengeluarkan biaya iklan media dan promosi penjualan yang besar, penghematan tersebut diteruskan ke konsumen distributor. Distributor berbagi pendapatan besar yang biasanya diberikan kepada perantara. Pada saat yang sama, produk tersedia bagi konsumen dengan harga grosir. Namun, perekrutan yang efektif sangat penting bagi keberadaan sebagian besar perusahaan penjualan langsung termasuk organisasi pemasaran bertingkat karena kelangsungan hidup organisasi-organisasi ini bergantung pada kemampuan untuk merekrut lebih banyak lagi untuk menggantikan mereka yang telah berhenti. Distributor MLM dapat menjalin hubungan baik dengan sponsor "upline" maupun rekrutan "downline" mereka. Mereka juga sering bekerja sama dengan mengadakan pertemuan rekrutmen dan sesi pelatihan penjualan bersama. Distributor perusahaan pemasaran bertingkat memupuk kombinasi persahabatan dan peran serta dalam mengembangkan jaringan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keadaan bisnis multi level marketing yang belum diketahui secara menyeluruh terkait akad dan transaksi didalam bisnis tersebut. Dalam semua bisnis khusus nya pada bisnis multi level marketing harus jelas akad yang digunakannya. Hal ini berkaitan dengan bisnis multi level marketing yang akan menjelaskan secara rinci. Bisnis multi level marketing yang berlaku belum diketahui secara menyeluruh bagaimana proses akad atau transaksi dalam menjalankan bisnis multi level marketing. Sehingga

dalam penelitian ini akan difokuskan terhadap analisis akad akad yang ada dalam bisnis multi level marketing.

Penelitian mengenai bisnis multi level marketing sudah banyak dilakukan oleh peneliti peneliti berpendapat bahwa : *Pertama*, Studi yang dilakukan oleh Rahmawaty menunjukkan bahwa Bisnis MLM merupakan salah satu bentuk perjanjian jual beli yang melibatkan penjualan langsung (direct selling) atau pemasaran jaringan (network marketing) yang menggunakan distributor independen untuk mempromosikan produk secara mandiri. Dalam perspektif hukum Islam, Bisnis multi level marketing akan dianggap halal jika tidak melibatkan unsur-unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dzulm, dan maisir. Namun, jika bisnis MLM atau bisnis yang mengklaim sebagai MLM menyerupai money game yang mengandung unsur-unsur gharar, maisir, dan dzulm, maka akan dianggap haram. Maka dari itu, hamba muslim sepatutnya waspada dan jangan cepar terangsang dengan membuka usaha MLM lantaran tidak menutup kemungkinan akan mengalami hal gharar, dzulm, maisir dan ketidakadilan (Rahmawaty, hal 82 : 2014)

Kedua, Menurut penelitian Fajrianti dan Lutfiah, Multi Level Marketing (MLM) adalah pendistribusian produk pada berbagai tingkatan yang biasanya disebut masing-masing up line, top line, dan down line. Bagian dari bisnis Staggered Advertising ini jika dilihat dalam hukum Islam masa kini mempunyai beberapa hal, yaitu sudut pandang khusus yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dijual dan teknik kerangka transaksi (Jual). (Fajrianti, 2022, hlm. 120)

Ketiga, penelitian yang diarahkan oleh Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, dan Tira Nur Fitria memberikan pandangan bahwa perusahaan MLM syariah adalah perusahaan yang melakukan teknik peredaran kekinian dengan kerangka jaringan penyampaian yang berjenjang, menggunakan rencana syariah, baik dalam strateginya maupun dalam barang yang dijualnya. Prinsip bisnis MLM syariah adalah ide jual beli yang telah berkembang dalam berbagai cara. Peningkatan perdagangan dan ragamnya tentu memerlukan kewaspadaan agar tidak bersinggungan dengan hal-hal yang haram menurut syariah, misalnya

riba dan gharar, baik secara barang maupun rangkanya. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis MLM, Anda harus mewaspadai dampak mental pesimis yang mungkin muncul sehingga membahayakan karakter Anda (Marimin dkk., 2016, hlm. 116).

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Firdilla Kurnia menjelaskan bahwa MLM, singkatan dari "multi," memiliki beragam makna, "level" merujuk pada hierarki, dan "pemasaran" adalah upaya pemasaran. Oleh karena itu, multi level marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat hierarkis dan memiliki banyak dimensi. Multilevel Marketing adalah model pemasaran yang memberikan insentif kepada pelanggan untuk terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan melalui jaringan afiliasi. Individu yang terlibat dalam MLM disebut sebagai mitra bisnis, distributor, atau anggota. Mereka juga mengundang orang lain untuk bergabung agar jaringan atau pangsa pasar semakin luas (Firdilla Kurnia, t.t., para. 4).

Kelima, Studi yang dilakukan oleh Fitria menjelaskan bahwa MLM adalah singkatan dari Multi Level Marketing yang juga dikenal sebagai Network Marketing. Di Indonesia, MLM sering disebut sebagai Pemasaran Berjenjang atau Penjualan Langsung Berjenjang. MLM atau Penjualan Langsung Berjenjang adalah metode penjualan yang diterapkan dalam industri tertentu, di mana perusahaan yang beroperasi di bidang MLM hanya menjual produknya secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar sebagai anggota, tanpa melibatkan agen atau distributor. Selain itu, perusahaan juga memberikan peluang kepada setiap anggota untuk menjadi pemasar atau distributor. Dengan demikian, seorang konsumen secara otomatis menjadi bagian dari tim pemasaran perusahaan. Dengan kata lain, seorang konsumen memiliki peran ganda sebagai pembeli dan mitra dalam pemasaran produk perusahaan. (Fitria, hal 116 : 2016).

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terkait bisnis multi level marketing yang sudah diteliti sebelumnya menunjukkan bahwa belum ditemukan penelitian tentang analisis mengenai akad akad dalam bisnis multi level

marketing. Dengan demikian penelitian ini akan difokuskan pada analisis tentang akad akad ketika menjalani rekrutmen, kemudian penerapan akad ketika bertransaksi, serta akad pada bagi hasil dalam bisnis multi level marketing secara komprehensi.

Metode

Berdasarkan fokus penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian ini adalah metode kualitatif, Metode kualitatif adalah suatu jenis pemeriksaan dimana penemuannya tidak diperoleh melalui metodologi yang terukur atau jenis estimasi yang lain (Hadisaputra, 2021, hlm. 5). Sumber data dalam kajian ini berasal dari jurnal penelitian. Sumber data yang dimaksud adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak ketiga disebut sebagai data sekunder (Rahman, 2021, hlm. 1). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data kualitatif menurut Hasna Latifatunnisa yaitu Data yang tidak dapat diukur secara numerik dianggap data kualitatif (Hasna, 2022, hlm. 1).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menelusuri akad akad dalam bisnis multi level marketing dan melakukan penelusuran kepustakaan serta menelusuri sumber sumber yang berkaitan dengan bisnis multi level marketing. Teknik pengumpulan data adalah cara paling umum untuk mengumpulkan data penting dalam suatu tinjauan (Minlab 2, 2023a, brs. 1). Data tidak terstruktur, atau kualitatif, dapat dipahami serta ditafsirkan, dan diselidiki menggunakan teknik analisis data (Minlab 2, 2023b, para. 4). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini konten analisis yaitu menganalisis akad akad yang terdapat pada bisnis multi level marketing.

Pembahasan dan Diskusi

Pengertian Multi Level Marketing

Pengertian Multi Level Marketing MLM adalah singkatan dari Multi Level Marketing (Pemasaran Multi Tingkat), yaitu sistem pemasaran melalui

jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. MLM adalah sistem penjualan yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung dan berjenjang. Sistem penjualan ini menggunakan beberapa level (tingkatan) di dalam pemasaran barang dagangannya. Jadi, Multi Level Marketing adalah suatu konsep penyaluran barang (produk dan jasa tertentu) yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk ikut serta sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya. MLM disebut juga Network Marketing, Multi Generation Marketing dan Uni Level Marketing. Namun dari semua istilah itu, yang paling populer adalah istilah Multi Level Marketing. Definisi marketing sebenarnya mencakup arti menjual dan selain arti menjual, dalam marketing juga banyak aspek yang berkaitan dengannya antara lain ialah produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Jadi marketing memiliki makna lebih dari menjual. Menjual merupakan bagian dari marketing karena menjual terbatas pada kegiatan transaksi penukaran barang dengan uang (Rohman, t.t.)

Multi Level Marketing atau dikenal pula dengan nama 'Network Marketing' merupakan suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya (Ekasasi, 2016)

Multi Level Marketing (MLM) adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris, di mana "Multi" merujuk pada banyaknya dan "Level" mengacu pada tingkatan atau jenjang. Sementara itu, "Marketing" artinya pemasaran. Dengan demikian, MLM dapat dimengerti sebagai suatu bentuk pemasaran yang melibatkan banyak jenjang atau tingkatan. Istilah "Multi Level" digunakan karena ini adalah sebuah struktur distribusi di mana penjualan dilakukan melalui berbagai tingkatan atau level yang berbeda. (Fitria, 2016)

Multi Level Marketing (MLM) merupakan suatu metode pemasaran kontemporer yang memanfaatkan jaringan distribusi yang tetap, di mana pelanggan perusahaan juga berperan sebagai agen pemasaran. Dengan kata lain,

MLM adalah sistem pemasaran berjenjang yang melibatkan jaringan distribusi di mana konsumen juga berfungsi sebagai tenaga pemasaran. (Qonitatillah, 2020)

Multi level marketing (MLM) adalah strategi pemasaran yang melibatkan beberapa level atau tingkatan, dikenal sebagai up line (atasan) dan down line (bawahan). Bisnis MLM menggunakan model pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang berjenjang, di mana pelanggan juga berperan sebagai pemasar. (Abdillah, 2020)

Ciri Ciri Bisnis Multi Level Marketing

Pertama, Memberikan kesempatan yang sesuai untuk setiap member agar berhasil. *Kedua*, Keuntungan dan keberhasilan distributor sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja (keras) dalam bentuk penjualan dan pembelian produk dan jasa perusahaan. *Ketiga*, Keuntungan dan keberhasilan distributor sepenuhnya ditentukan oleh hasil kerja (keras) dalam bentuk penjualan dan pembelian produk dan jasa perusahaan. *Keempat*, Setiap anggota berhak menjadi anggota satu kali. *Keempat*, Biaya pendaftaran menjadi anggota tidak terlalu mahal dan dapat dipertanggungjawabkan karena nilainya setara dengan barang yang diperoleh. *Kelima*, Keuntungan yang diperoleh distributor independen dihitung dengan sistem perhitungan yang jelas berdasarkan hasil penjualan pribadi maupun jaringannya. *Keenam*, Setiap distributor independen dilarang untuk menumpuk barang, karena yang terpenting adalah pemakaian produk yang dirasakan manfaat atau khasiatnya secara langsung oleh konsumen. *Ketujuh*, Keuntungan yang dinikmati anggota Multi Level Marketing, tidak hanya bersifat finansial tetapi juga non finansial seperti penghargaan, posisi dalam peringkat, derajat sosial, kesehatan, pengembangan karakter, dan sebagainya. *Kedelapan*, Perusahaan Multi Level Marketing membina distributornya dalam program pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan. *Kesembilan*, Dalam sistem Multi Level Marketing pelatihan produk menjadi hal yang sangat penting untuk disampaikan kepada konsumen. *Kesepuluh*, Setiap sponsor atau up-line berkepentingan untuk meningkatkan

kualitas distributor di jaringannya. *Kesebelas*, Pembagian komisi atau bonus biasanya dilakukan sebulan sekali (Fitria, 2016)

Tiga Aspek Penting Dalam Bisnis Multi Level Marketing

Pertama, System rekrutasi ini khusus nya pada usaha yang sering di sebut dengan istilah bisnis multi level marketing, yang mana didalam rekrutasi ini menggunakan akad wakalah bil ujah, dimana member atau anggota dalam system rekrutasi ini berperan sebagai wakil.

Pada tahap awal distribusi, hubungan antara perekrut dan rekrutan sangat dekat: perekrut memiliki minat pribadi agar rekrutan baru tersebut berhasil karena posisi mereka dalam organisasi dan pendapatan mereka meningkat seiring dengan bertambahnya ukuran 'tim' mereka. Dalam periode perolehan keterampilan dan pengetahuan baru ini, kebutuhan akan dukungan lebih tinggi daripada pada tahap selanjutnya ketika kepercayaan diri meningkat, dan rekrutan baru tersebut awalnya sangat bergantung pada sponsor untuk dukungan dan dorongan dalam fase transisi ini. Tingkat dukungan ini telah terbukti meningkatkan kepuasan secara signifikan dalam lingkungan ritel. Penjualan langsung melibatkan penjualan barang-barang konsumen kepada orang pribadi dalam konteks di mana penjualan eceran biasanya tidak terjadi, seperti di rumah dan tempat kerja (Berry 1997, hlm. 21). Perusahaan pemasaran jaringan merupakan jenis organisasi penjualan langsung yang khusus karena agen mereka dapat menghasilkan pendapatan dengan dua cara. Mereka dapat memperoleh komisi dan laba eceran dengan menjual langsung ke pelanggan eceran, dan mereka dapat merekrut dan mengelola jaringan agen penjualan mereka sendiri (yang dari penjualannya mereka memperoleh komisi). Mereka yang melakukan aktivitas penghasil pendapatan kedua ini sering disebut "sponsor" yang mengembangkan "downline" agen penjualan. Oleh karena itu, agen pemasaran jaringan dapat memiliki hubungan dengan sponsor "upline" dan rekrutan "downline" mereka. Mereka juga sering bekerja sama dengan mengadakan pertemuan perekrutan umum dan sesi pelatihan penjualan. Agen pemasaran jaringan sangat cocok untuk studi ini karena organisasi tempat

mereka bekerja mendorong mereka untuk menggunakan jaringan sosial yang ada sebagai kumpulan untuk merekrut agen baru, mendorong orang untuk mengembangkan daftar kontak penjualan potensial dengan membuat "daftar hangat" orang-orang yang mengenal mereka berdasarkan nama (Bremner 1996; Carmichael 1993; Clothier 1994; Poe 1995). Akibatnya, agen pemasaran jaringan sering kali disponsori dan diawasi oleh seseorang yang setidaknya merupakan kenalan sosial dan terkadang juga seorang teman. Dengan kata lain, sebagai bagian dari pekerjaan mereka, agen pemasaran jaringan didorong untuk memperkenalkan ekspektasi peran bisnis ke dalam persahabatan (Lan 2002; Pratt dan Rosa 2003). Oleh karena itu, mereka menghadapi potensi konflik peran.

Kedua, dalam jual beli, maka akad yang digunakan ialah akad jual beli (Ba'i) atau bisa juga menggunakan sistem akad salam (pesanan). Dalam akad inilah yang bisa menjadikan pembeda antara usaha yang dapat disebut dengan multi level marketing dengan usaha yang bisa dibilang money game atau permainan uang.

Selain yang dijelaskan diatas, yang menjadi pembeda ialah pada produk, pada bisnis multi level marketing itu sudah jelas ada barang atau produk yang diperjualbelikan, sedangkan pada usaha yang berbasis money game itu tidak ada produk yang diperjualbelikan, jika ada maka produk atau barang nya hanya saja menjadi kamuflase atau produk formalitas.

Lebih jauh, penelitian tentang pemasaran jaringan telah menunjukkan bahwa meskipun ada saran dan dorongan ini, tidak semua agen pemasaran jaringan menjalankan strategi bisnis yang terutama bergantung pada jaringan sosial yang ada untuk pelanggan. Karena beberapa alasan, termasuk kekhawatiran tentang membuat teman dan kenalan kesal, beberapa agen malah memutuskan bahwa "usaha dan potensi biaya sosial yang terkait dengan penjualan kepada teman terlalu tinggi" (Grayson 1996) dan bahwa "orang asing atau teman jauh adalah "target yang lebih baik daripada teman dekat karena distributor merasa lebih sedikit tekanan" (Lan 2002). Oleh karena itu, seperti yang diilustrasikan Merrilees dan Miller (1999) dalam studi mereka tentang

strategi penjualan pemasaran jaringan, beberapa agen sengaja memfokuskan upaya penjualan dan perekrutan mereka pada orang-orang yang bukan teman. Meskipun demikian, ketika orang yang bukan teman bergabung dengan downline, sponsor upline mereka mungkin tertarik untuk membangun hubungan pribadi yang dekat dengan mereka. Menurut Lan (2002, hlm. 177), beberapa sponsor secara aktif —mengubah hubungan mereka dengan sesama distributorll dengan mengembangkan hubungan yang sangat dekat dengan mereka. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu informan Amway Pratt (2000), jika Anda —membangun persahabatan, Anda membangun hubungan langsungll (—hubungan langsungll tercapai ketika downline agen melampaui target penjualan tertentu). Demikian pula, beberapa informan —melaporkan bahwa sebagian karena sponsor memberikan perhatian pribadi yang begitu intens kepada rekrutan, mereka sering kali secara alami menjadi —teman (Grayson 1996). Dengan demikian, pemasaran jaringan terkadang melibatkan penerapan peran bisnis pada persahabatan —dan terkadang melibatkan pengembangan peran persahabatan dalam hubungan bisnis. —Perusahaan pemasaran jaringan bukanlah satu-satunya organisasi yang taktiknya dapat menumbuhkan kombinasi persahabatan dan instrumentalitas. Karyawan di sektor lain juga didorong untuk "memperlakukan pelanggan seperti sahabat" (Geller 2006) atau "menjalin pertemanan —bukan transaksi" (Tan dan Steinberg 2007). Lebih jauh, di berbagai industri, perusahaan sering kali mencoba memanfaatkan hubungan sosial untuk mencapai tujuan komersial. Beberapa mendorong tenaga penjualan mereka untuk menggunakan jaringan teman dan keluarga mereka untuk menghasilkan prospek bisnis baru (Broker 2005; Huiskens 2005; Meagher 2006), dan yang lainnya, termasuk perusahaan sebesar Sony, Gap, dan Citibank, menawarkan insentif finansial kepada pelanggan untuk merekomendasikan teman dan keluarga (Bulick 2006; Mitchell 2003;)

Ketiga, yaitu pembagian bonus dimana akad yang digunakan ialah akad mudharabah, yang mana produk atau barang yang berperan sebagai modal sedangkan member atau anggota bisnis multi level marketing berperan sebagai

mudhorib (pengelola). Dan atau bisa juga menggunakan akad musyarakah (kerjasama), dimana modalnya dengan biaya uang daftar menjadi anggota dalam bisnis multi level marketing tersebut..

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional

Sementara itu Bisnis MLM syariah sendiri di Indonesia telah mendapatkan legitimasi dari Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pada tanggal 25 Juli 2009. Sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 75/DSNMUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Akad Jual Beli terdapat dalam Fatwa DSN MUI No.110/DSN-MUI/IX/2017 tentang jual beli. Akad Wakalah Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 52/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad Wakalah Bil Ujah Pada Asuransi Syari'ah Dan Reasuransi Syari'ah. Akad Jualah Akad Ju'alah merujuk kepada substansi Fatwa No: 62/DSNMUI/XII/2007. 1

Kesimpulan

Dalam bisnis multi level marketing ada tiga aspek penting diantaranya, pertama System rekrutasi, System rekrutasi dalam bisnis multi level marketing menggunakan akad wakalah bil ujah dimana member berperan sebagai wakil, kedua Jual beli (penjualan) Akad yang digunakan ialah akad jual beli (*Ba'i*) atau bisa juga menggunakan akad salam (*pesanan*). Dalam akad inilah yang bisa menjadi pembeda antara usaha yang dikenal dengan istilah multi level marketing dengan usaha yang biasa dikenal sebagai money game, ketiga Pembagian bonus didalam pembagian bonus akad yang digunakan ialah akad mudharabah dimana produk sebagai modal dan member sebagai mudhorib, atau bisa juga menggunakan akad musyarakah yang mana modal nya dengan mengeluarkan biaya untuk daftar menjadi anggota dalam bisnis multi level marketing tersebut

Daftar Pustaka

- Abdillah, N. (2020). Multi Level Marketing Dalam Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i1.82>
- Ekasasi, S. R. (2016). Sistem multi level marketing: Alternatif pemasaran bisnis eceran di Indonesia. *Economic Journal of Emerging Markets*, 13–24. <https://doi.org/10.20885/ejem.v3i0.6590>
- Fajrianti, L. (2022). Konsep Implementasi Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Berdasarkan Tinjauan Fiqih Muamalah dengan Penerapan Nilai-Nilai Islam Berlandaskan Alqur'an dan Hadist. *Lentera: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 4(2), 111–122. <https://doi.org/10.32505/lentera.v4i2.4596>
- Firdilla Kurnia. (t.t.). *Multi Level Marketing (MLM): Pengertian, Jenis, Sistem, dan yang Membedakannya dengan Bisnis Konvensional* | *DailySocial.id*. Diambil 19 Februari 2024, dari <https://dailysocial.id/post/multi-level-marketing-adalah>
- Fitria, T. N. (2016). Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(02), Article 02. <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>
- Hadisaputra, P. (2021). *PENELITIAN KUALITATIF*.
- Hasna. (2022, Oktober 6). *Pengertian Data Kualitatif, Fungsi Penting, Jenis, dan Contohnya 2023* | *RevoU*. <https://revou.co/panduan-teknis/data-kualitatif-adalah>
- Marimin, A., Romdhoni, A., & Nur Fitria, T. (2016). BISNIS MULTI LEVEL MARKETING (MLM) DALAM PANDANGAN ISLAM. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i02.47>
- Minlab 2. (2023a, September 16). *Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya*. Bitlabs Blog. <https://blog.bitlabs.id/teknik-pengumpulan-data-adalah/>

- Minlab 2. (2023b, Oktober 4). *Teknik Analisis Data Kualitatif: Jenis, Contoh, dan Kelebihannya*. Bitlabs Blog. <https://blog.bitlabs.id/teknik-analisis-data-kualitatif/>
- Qonitatillah, D. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Bisnis Multi Level Marketing Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada Pt. K-Link Syariah Lumajang. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.1594>
- Rahman, J. (2021). *Jenis Data Penelitian*. 90–97.
- Rahmawaty, A. (2014). *BISNIS MULTILEVEL MARKETING DALAM PERSPEKTIF ISLAM*. 2.
- Rohman, A. (t.t.). *AKAD PADA BISNIS PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH PRESPEKTIF FATWA DSN MUI (STUDI PADA PT. BANDUNG ECO SINERGI TEKNOLOGI) SKRIPSI*.