

## **MULTI LEVEL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Muhammad Taufiq  
Dosen STEBI Al-Muhsin Yogyakarta

### ***Abstrak***

Krisis moneter 1997/1998 mengakibatkan kelesuan dan keterpurukan ekonomi nasional, oleh karena itu berbagai jenis transaksi dengan konsep strategi pemasaran mulai muncul dan menyebar ke seluruh penjuru dunia, termasuk ke negara Indonesia. Salah satu dari sistem ini kemudian dikenal dengan istilah penjualan berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM) dan atau *Networking Market* serta dalam bahasa arabnya *التسويق الشبكي*.

Sistem *Multi Level Marketing* (MLM) memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak melibatkan distributor atau agen tunggal dan grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Dengan cara tersebut, biaya pemasaran dan distribusi (transportasi, sewa gudang, gaji dan komisi tenaga penjualan dan lain-lain) dapat dialihkan kepada distributor independen dengan suatu sistem berjenjang yang umumnya disesuaikan dengan pencapaian target penjualan atau omzet distributor yang bersangkutan, ditambah dengan kontroversi-kontroversi mengenai sistem MLM di masyarakat dewasa ini, mulai dari segi produk yang harus halal sampai sistem transaksinya, pemberian bonus, perekrutan anggota, dan pembinaan yang tidak menggunakan hal-hal yang dilarang oleh Islam, kemudian ditambah adanya unsur *money game*, *maysir*, *dharar*, *dzulm*, maksiat dan riba. Sehingga menjadi menarik ketika kita melihat *Multi Level Marketing* (MLM) melalui perspektif etika bisnis Islam.

Kata Kunci: *MLM, marketing, etika bisnis Islam, al-Qur'an.*