

**PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM REFERRAL BONUS  
MLM MENURUT ULAMA SYAFI'YAH  
(Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty  
di Purbalingga)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (SH)**

**Oleh :**

**ANDES LASTE WIJAYA**

**NIM. 1717301098**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2021**

**PENERAPAN AKAD *JU'ĀLAH* DALAM REFERRAL BONUS MLM  
MENURUT ULAMA SYAFI'YAH (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu  
Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)**

**ABSTRAK**  
**Andes Laste Wijaya**  
**NIM. 1717301098**

**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Islam memberikan pemahaman yang berkaitan dengan bonus dapat dikatakan dengan *ju'ālah*. Kerjasama dalam konsep *ju'ālah* bertujuan untuk membantu meringankan beban pekerjaan, seperti pekerjaan dalam sebuah tim yang tidak bisa dilakukan sendiri. Dalam bisnis MLM konsep *ju'ālah* berkembang menjadi kegiatan inovatif berhadiah. Namun, tidak semua kompetisi berhadiah sesuai dengan konsep *ju'ālah* yang dibolehkan dalam Islam. Sebuah bisnis MLM diharapkan bisa memberikan rasa aman dan mampu untuk menjawab isu-isu yang beredar di tengah masyarakat yang memberikan kesan bahwa MLM identik dengan penipuan. Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui praktik *referral* bonus Oriflame di Jaringan Desty Purbalingga dan untuk mengetahui bagaimana penerapan akad *ju'ālah* dalam *referral* bonus Oriflame menurut ulama Syafi'iyah.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan atau *field research* dengan pendekatan sosiologis. Sumber data primer diperoleh dari observasi dan wawancara. Sedangkan sumber sekunder dari kitab *Fiqih Islam wa Adillatuhu* jilid 5 karya Wahbah az-Zuhailly dan kitab *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* jilid 20 karya Imam Nawawi Abi Zakariya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan metode induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu Jaringan Desty Purbalingga merupakan bisnis yang jelas (halal) serta tidak terdapat unsur penipuan, karena produk yang diperjualbelikan jelas dan bukan sesuatu yang diharamkan. Berdasarkan analisis terhadap praktik akad perjanjian pada *referral* bonus Oriflame termasuk dalam akad *ju'ālah*, karena pemberian *referral* bonus tersebut didasarkan atas prestasi kerja yang dilakukan oleh *member*. Kemudian setelah disandingkan dengan ketentuan umum yang menjadi substansi kitab *Fiqih Islam wa Adillatuhu* jilid 5 karya Wahbah az-Zuhailly dan kitab *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab* jilid 20 karya Imam Nawawi, akad *ju'ālah* boleh diterapkan dalam *referral* bonus Oriflame karena sudah memenuhi rukun serta syarat yang disebutkan menurut ulama Syafi'iyah.

**Kata kunci:** *Referral* bonus, *Ju'ālah*, Ulama Syafi'iyah.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENYETAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
<b>BAB I           PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat penelitian.....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II        AKAD <i>JU'ĀLAH</i> MENURUT ULAMA SYAFI'YAH DAN REFERRAL BONUS MLM ORIFLAME</b>	
<b>A. Ketentuan Umum Akad <i>Ju'ālah</i> .....</b>	<b>20</b>
1. Pengertian Akad <i>Ju'ālah</i> .....	20
2. Dasar hukum <i>Ju'ālah</i> .....	23
3. Rukun <i>Ju'ālah</i> .....	27
4. Syarat <i>Ju'ālah</i> .....	29

	<b>B. Ketentuan <i>Ju'ālah</i> Menurut Ulama Syafi'iyah .....</b>	<b>31</b>
	1. Pelaksanaan <i>Ju'ālah</i> .....	31
	2. Penetapan Waktu <i>Ju'ālah</i> .....	32
	3. Objek Pekerjaan <i>Ju'ālah</i> .....	34
	4. Pembatalan dan Berakhirnya <i>Ju'ālah</i> .....	35
	<b>C. Referral Bonus MLM Oriflame.....</b>	<b>36</b>
	1. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) .....	36
	2. Pengertian <i>Referral</i> Bonus Oriflame .....	43
	3. Syarat dan Ketentuan <i>Referral</i> Bonus Oriflame.....	43
	4. Mekanisme <i>Referral</i> Bonus Oriflame.....	44
	5. Periode <i>Referral</i> Bonus Oriflame .....	46
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis Penelitian.....	47
	B. Pendekatan Penelitian.....	49
	C. Sumber Data.....	49
	D. Metode Pengumpulan Data .....	51
	E. Analisis Data .....	53
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS PENERAPAN AKAD <i>JU'ĀLAH</i> DALAM <i>REFERRAL</i> BONUS MLM ORIFLAME JARINGAN DESTY PURBALINGGA MENURUT ULAMA SYAFI'YAH</b>	
	<b>A. Analisis Praktik <i>Referral</i> Bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.....</b>	<b>55</b>
	<b>B. Analisis Penerapan Akad <i>Ju'ālah</i> dalam <i>Referral</i> Bonus Oriflame Jaringan Desty Menurut Ulama Syafi'iyah .....</b>	<b>66</b>
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	76
	B. Saran.....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang yang serba online, semua orang bisa mengakses apapun, dimanapun dan kapanpun secara bebas. Sebagai contoh, kini dunia sedang marak dengan online bisnis yang sangat menarik hati perhatian masyarakat. Dengan keadaan yang serba online, semua orang menjadi lebih mudah untuk menjalani bisnis. Salah satu bisnis online yang menawarkan pendapatan tinggi yaitu *multi level marketing*. Bisnis yang sedang menjadi buah bibir dan sorotan sebagai salah satu penggerak kehidupan ekonomi yang banyak menawarkan kesuksesan serta pendapatan melimpah. Bagi sebagian masyarakat, bisnis *multi level marketing* (MLM) ini menjadi opsi untuk mendapatkan penghasilan sampingan dengan jumlah besar.<sup>1</sup> Perkembangan bisnis *multi level marketing* ini tidaklah terlepas dari pengaruh berkembangnya internet. Berdasarkan data 10 negara pengguna internet terbesar di dunia tahun 2019, Indonesia ada di posisi ke-5 dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta jiwa.<sup>2</sup>

Promosi dengan cara online juga banyak dilakukan oleh perusahaan MLM saat ini. Anggota yang tergabung dalam perusahaan MLM

---

<sup>1</sup> Adriyani Idris dkk, "Penerapan Sistem Syariah pada Multilevel Marketing Syariah (Studi Kasus di Stokist K-Link Lalolara Kendari)", *Jurnal Fawaid*, Vol. 1, No. 1, 2019, hlm. 52.

<sup>2</sup> Statista, "Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet: Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019", [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id), diakses pada 4 November 2020.

akan dapat terakses secara otomatis melalui media *database*<sup>3</sup> dan *website*. Dengan adanya hal tersebut, kita bisa melirik siapa saja *upline* dan *downline* kita dalam beberapa detik. Teknologi memang membuat semuanya menjadi lebih mudah.<sup>4</sup> Selain itu, bisnis online *multi level marketing* di Indonesia bahkan dunia yang kini semakin maju ialah bisnis berjenjang yang pemasarannya dengan sistem jaringan. Semakin banyak anggota yang ada dalam perusahaan, maka semakin banyak juga keuntungan yang didapat.<sup>5</sup> Disamping itu, mereka juga akan memberi motivasi kepada orang-orang dengan cara memberikan penghargaan atas pencapaiannya dalam bisnis tersebut.

Salah satu industri kosmetik dengan sistem MLM yang sedang diminati masyarakat sekarang ini yaitu Oriflame. Oriflame ialah sebuah perusahaan *direct selling* atau MLM di bidang industri kosmetik dengan progres terbesar dari seluruh perusahaan kosmetik dunia. Tiga kategori perusahaan MLM terbesar di dunia diantaranya yaitu Oriflame.<sup>6</sup> Seluruh produk Oriflame sudah terdaftar di BPOM dan beberapa produknya sudah berlabel halal MUI. Kemudian untuk menjalankan bisnis ini tidaklah

---

<sup>3</sup> *Database* atau basis data adalah sekumpulan data yang diperoleh dan disimpan dalam komputer yang bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam mengolah data. Jevi Nugraha, "Mengenal Fungsi Database dan Jenis-jenisnya, Perlu Diketahui", *www.merdeka.com*, diakses pada 6 November 2021.

<sup>4</sup> Abdur Rohman, "Analisa Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi atas Marketing Plan *www.Jamaher.Network*", *Jurnal al-'Adalah*, Vol. XIII, No. 2, 2016, hlm. 180.

<sup>5</sup> Yolanda, "Kontribusi Multi Level Marketing Terhadap Peningkatan Perekonomian Anggota menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru", *Skripsi*, Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012, hlm. 13-14.

<sup>6</sup> Kiki Yuliana, "Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI", *Skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017, hlm.10.

memerlukan waktu tertentu, karena bisnis tersebut bisa dijalankan dengan waktu yang sengangg (fleksibel).

Bukan hanya dari kalangan wanita saja yang telah bergabung dan menggemari produk-produk berkualitas dari Oriflame, namun dari kalangan laki-laki juga banyak yang telah bergabung dan menggemari produk Oriflame. Oleh karena bisnis tersebut telah menjanjikan berbagai bonus menarik, mulai dari bonus dalam bentuk uang, mobil, jalan-jalan bahkan umroh. Untuk bergabung menjadi *member* dalam bisnis Oriflame ini cukup merogoh kocek sebesar 49.900 rupiah. Kemudian untuk *member* baru yang memiliki keinginan mendapat bonus dari perusahaan Oriflame, maka ia harus memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Di samping menawarkan berbagai bonus kepada anggotanya, bisnis ini juga mempunyai prinsip yang baik, salah satunya prinsip merekrut yaitu membantu *downline* untuk mengikuti jejak *uplinenya* yang sukses merintis bisnis ini. Artinya mereka telah membantu membukakan pintu rezeki orang lain. Dalam bisnis Oriflame ini, kita tidak hanya sekedar mencari keuntungan, namun juga membantu para *downline-downline* untuk mencapai target yang mereka inginkan. Disini, *upline* harus bergerak untuk membina para *downlinenya* masing-masing. *Upline* yang tidak bergerak aktif dalam membina *downlinenya*, maka akan gagal dalam memperoleh tujuan utamanya. Sebagai contoh yaitu bagi member baru yang menginginkan mobil, maka ia harus merekrut anggota sebanyak mungkin, dan membinanya hingga berhasil.



Dalam Islam, bisnis dengan cara syariah itu dibolehkan dengan dasar belum ada dalil yang mengharamkannya. Dalam kaidah fikih, bab yang menjelaskan tentang muamalah adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

الأصل في المعاملة إلا باحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah dibolehkan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

Setiap kegiatan muamalah pada dasarnya harus mematuhi ketentuan yang sudah disebutkan dalam al-Qur'an, hadis, ijmak ulama serta peraturan pemerintah yang berlaku. Salah satu contohnya yaitu dengan mengamalkan sikap *amal ma'ruf nahi munkar* yang merupakan prinsip dari syariat. Berdasarkan prinsip tersebut, maka setiap kegiatan muamalah yang membawa ke arah positif atau kebaikan dapat dibenarkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Sebaliknya apabila setiap kegiatan muamalah yang membawa ke arah negatif dan merugikan para pihak, maka hal itu dilarang oleh syariat. Dengan demikian, kegiatan muamalah yang dilaksanakan haruslah sesuai dengan tujuan syariat yaitu mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan dalam kehidupan manusia.<sup>8</sup> Allah berfirman dalam Q.S an-Nisa ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ

Hai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan *ulil amri* (pemegang kekuasaan) diantara kamu.

<sup>7</sup> A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan masalah-masalah yang Praktis* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 130.

<sup>8</sup> Gazali, "Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah", *IQRA: Jurnal Kependidikan dan Keislaman*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 39.

Dengan demikian, Islam memberlakukan prinsip muamalah yaitu ketika melakukan kegiatan muamalah harus sesuai dengan aturan dalam syariat dan peraturan pemerintah. Apabila kegiatan muamalah yang dilaksanakan dengan melanggar aturan yang berlaku atau bertentangan dengan syariat, maka dipandang tidak sah. Berbicara mengenai bisnis MLM, hal ini tidak lepas dari pembahasan tentang bisnis berjenjang yang pastinya ada akad didalamnya. Pada dasarnya, setiap kegiatan bisnis dalam perspektif syariah termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya adalah mubah (boleh dilakukan). MLM atau *multi level marketing* merupakan sebuah bisnis kontemporer yang memang belum ada pada zaman Rasulullah SAW. Suatu perusahaan MLM yang legal biasanya tergabung dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) atau *World Federation of Direct Selling Associations* (WFDSA), dengan kata lain perusahaan MLM yang telah tergabung adalah perusahaan yang sah. Biasanya, para anggota akan diberi pelatihan produk yang memadai.<sup>9</sup>

Bisnis MLM ini tentunya melibatkan akad di dalamnya. Selain akad jual beli, bisnis MLM ini juga melibatkan akad *ijārah* (sewa/jasa) dan akad *ju'ālah* (sayembara).<sup>10</sup> Namun, Akad yang menjadi sorotan dalam bisnis MLM ini yaitu akad *ju'ālah* dalam pemberian bonus tambahan. *Ju'ālah* menurut bahasa merupakan sesuatu yang diberikan kepada seseorang atas apa yang telah dikerjakannya. Konsep *ju'ālah* sepadan dengan disiplin kerja yang

---

<sup>9</sup> Husen Mulachela, Muchamad Nafi (ed.), "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game", [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), diakses pada 6 November 2021.

<sup>10</sup> Lailatur Rahmah dkk, "Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009: Studi Kasus pada Member MLM 4Jovem di Situbondo" *Jurnal Istidlal*, Vol. 1, No. 2, 2017, hlm. 106.

sangat dihargai oleh masyarakat saat ini yaitu memberikan penghargaan sesuai dengan usahanya. Bukti bahwa Islam adalah agama yang konsisten dalam memegang prinsip kejujuran dalam akad *ju'alah* yaitu dengan memberikan imbalan yang sesuai.<sup>11</sup> Sehingga akan membuat banyak pihak untuk berlomba-lomba mencapai target tertentu. Mengenai kebolehnya, beberapa ulama membolehkan akad *ju'alah*, salah satunya adalah ulama Syafi'iyah.

Oriflame Jaringan Desty merupakan jaringan yang cukup berkembang di Indonesia dan memiliki senior-senior yang berkompeten dalam membina *membernya*. Berpusat di Kota Purbalingga Jawa Tengah dengan ketua Desty Anggita Tungga Dewi. Pada tahun 2018 Oriflame Jaringan Desty memiliki 30 anggota atau member. Kemudian berkembang dan kini pada tahun 2021 memiliki 100 *member* dengan level yang berbeda-beda.<sup>12</sup> Promosi dan hadiah yang diberikan Oriflame kepada *membernya* merupakan bentuk strategi untuk membuat *membernya* bertahan dalam bisnis tersebut. Menariknya, dalam kalangan bisnis banyak perusahaan yang mau membayar mahal setiap anggotanya yang berhasil memenuhi target tertentu dalam memproduksi barang atau jasa. Tidak hanya itu, dalam bisnis MLM ini konsep *ju'alah* berkembang menjadi kegiatan inovatif dan uji kreativitas yang berhadiah. Namun, kembali lagi kita harus cermat, bahwa tidak semua kompetisi berhadiah sesuai dengan konsep *ju'alah* yang dibolehkan dalam Islam. Sebuah bisnis MLM yang bertujuan untuk berbagi kepada *membernya*

---

<sup>11</sup> Haryono, "Konsep *al-Ju'alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari", *Jurnal Al-Mashlahah Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 5, No. 09, 2017, hlm. 643.

<sup>12</sup> Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 6 September 2021.

diharapkan bisa memberikan rasa aman dan mampu untuk menjawab isu-isu yang beredar di tengah masyarakat yang memberikan kesan bahwa MLM identik dengan penipuan. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk membahas mengenai permasalahan pokok dalam MLM yaitu persoalan penerapan akad *ju'ālah* menurut ulama Syafi'iyah, khususnya dalam pemberian bonus tambahan. Kemudian penulis lanjutkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **"Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral Bonus* MLM Menurut Ulama Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)"**.

## B. Definisi Operasional

Untuk terhindar dari terjadinya kekeliruan dalam memahami beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi "Penerapan Akad *Ju'ālah* dalam *Referral* Bonus MLM Menurut Ulama Syafi'iyah (Studi Kasus PT Orindo Alam Ayu Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga)", maka penulis akan memberikan beberapa pemahaman definisi judul yang bersifat operasional agar mudah dimengerti dengan jelas tujuan dari penelitian ini yaitu:

### 1. Akad *Ju'ālah*

Akad adalah sebuah perjanjian tertulis yang memuat ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan). Istilah *al-'aqdu* (akad) dapat disamakan dengan istilah perikatan dalam KUH Perdata. Sedangkan *al-'ahdu* (janji) dapat disamakan dengan istilah perjanjian.<sup>13</sup> *Al-ju'ālah* adalah akad atas suatu manfaat yang diperkirakan akan mendapatkan

---

<sup>13</sup> Sovia Hasanah, "Konsep Akad Menurut Hukum Islam dan Perjanjian Menurut KUH Perdata", [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com), diakses pada 6 November 2020.

imbalan atas suatu pekerjaan yang dijanjikan di awal. Secara bahasa makna *ju'alah* adalah upah/imbalan atas suatu perjanjian dalam sebuah muamalah.<sup>14</sup> Jadi akad *ju'alah* adalah suatu janji memberikan imbalan kepada seseorang yang telah selesai melaksanakan pekerjaan yang diminta. Dalam penelitian ini akad *ju'alah* yang dimaksud adalah konsep akad *ju'alah* menurut Ulama Syafi'iyah. Dimana ulama Syafi'iyah membolehkan adanya *ju'alah* dalam pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang telah dicapai.

## 2. Referral bonus

*Referral* merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran. Istilah *referral* ini sering ditemukan dalam bisnis *multi level marketing* (MLM). *Referral* bonus ini bisa didapat ketika kita bisa mengajak teman untuk bergabung dengan bisnis MLM yang sedang dijalani. Dalam penelitian ini *referral* bonus yang dimaksud adalah dalam bisnis MLM Oriflame. *Referral* bonus Oriflame yaitu penghasilan yang didapatkan ketika member baru yang direkrut langsung oleh kita melakukan pembelian sebesar 300 ribu (harga *member*) dalam 1 invoice atau pemesanan. Besarnya yaitu 10 % dari harga asli (katalog) barang pembelian *member* baru tersebut. Waktunya yaitu 6 bulan dihitung dari bulan member baru tersebut terdaftar.<sup>15</sup> Yang dimaksud *referral* bonus dalam penelitian ini yaitu *referral* bonus dalam Oriflame.

## 3. Multi Level Marketing (MLM)

---

<sup>14</sup> Haryono, "Konsep *al- Jualah* dan Model Aplikasinya", hlm. 645.

<sup>15</sup> Bangkit Wahyudiani, Wakil Ketua Jaringan Desty Oriflame Purbalingga, Wawancara pada 4 Januari 2021.

*Multi level marketing* (MLM) adalah salah satu sistem pemasaran yang menjadikan pelanggan sebagai jaringan distribusi. *Multi* berarti banyak, *level* berarti berjenjang dan *marketing* berarti pemasaran, sehingga *multi level marketing* adalah pemasaran yang banyak dan berjenjang. MLM merupakan konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk terlibat sebagai penjual sekaligus mendapat keuntungan pada garis kemitraannya. Selanjutnya *member* diharapkan bisa mengajak orang lain untuk menjadi *member* juga sehingga jaringan pemasaran semakin besar dan luas. Pencapaian *member* untuk mengajak serta menambah *member* baru akan memberikan keuntungan dan meningkatkan omzet perusahaan.<sup>16</sup> Yang dimaksud bisnis MLM dalam konteks ini adalah perusahaan MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.

#### 4. Ulama Syafi'iyah

Syafi'iyah ialah para ulama yang mengikuti metode Imam Syafi'i atau bermazhab Syafi'i. Di antara pengikut Imam Syafi'i ada yang mencapai derajat mujtahid muqayyad seperti al-Muzanni dan al-Buwaithi. Metode Imam Syafi'i ini merupakan kerangka dasar istinbath berdasarkan empat sumber yaitu al-Qur'an, sunnah, ijma', dan qiyas. Kerangka dasar ini adalah dasar Imam Syafi'i dalam menyatakan pendapat hukum. Bermazhab berarti mengikuti manhaj-nya, atau qaul-nya, atau dua-duanya. Dalam mazhab Syafi'i terdapat banyak dinamika, karena pendapat Imam

---

<sup>16</sup> Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)", [www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com), diakses pada 6 November 2020.

Syafi'i dalam satu kasus tidak tunggal.<sup>17</sup> Pendapat Ulama Syafi'iyah dalam penelitian ini yaitu mengenai akad *ju'alah*. Dimana ulama Syafi'iyah membolehkan adanya akad *ju'alah* dalam pemberian imbalan atas suatu pekerjaan yang telah dicapai.

#### 5. Jaringan Desty

Jaringan Desty merupakan suatu jaringan/tim/grup di sebuah perusahaan Oriflame yang berpusat di Purbalingga dengan ketua Desty Anggita Tungga Dewi. Oriflame Jaringan Desty ini merupakan jaringan yang cukup berkembang di Indonesia dan memiliki senior-senior yang berkompeten dalam membina *membersnya*. Pada tahun 2018 Oriflame Jaringan Desty memiliki 30 anggota atau member. Kemudian berkembang dan kini pada tahun 2021 memiliki 100 *member* dengan level yang berbeda-beda.<sup>18</sup>

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga?
2. Bagaimana penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame menurut ulama Syafi'iyah?

#### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

---

<sup>17</sup> M Kholid Syeirazi, "Bermazhab Syafi'i atau Syafi'iyah?". [www.nuonline.org](http://www.nuonline.org)., diakses pada 5 Desember 2021.

<sup>18</sup> Desty Anggita Tungga Dewi, Wawancara pada 6 September 2021.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui praktik *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty di Purbalingga.
- b. Mengetahui penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame menurut ulama Syafi'iyah.

## 2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis, manfaat yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber informasi ilmiah serta memberi wawasan praktik *referral* bonus Oriflame Jaringan Desty dan penerapan akad *ju'alah* menurut ulama Syafi'iyah.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih pemikiran ulama Syafi'iyah terhadap akad *ju'alah* dalam bisnis MLM Oriflame di Jaringan Desty Purbalingga agar mampu memberikan manfaat pada masyarakat secara luas.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dilakukan untuk menelaah literatur atau bahan bacaan yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dilakukan pada skripsi



ini.<sup>19</sup> Kajian ini memiliki tujuan untuk mencari dan mengumpulkan data yang tersedia dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam penulisan skripsi ini yang relevan dengan penelitian penulis baik secara teori, subjek dan objek penelitian, dan analisis.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Mohamad Fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak tahun 2015 yang berjudul “Konsep Akad *Ju’alah* dalam perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) Patuh Syariah”, mengkaji tentang konsep akad *ju’alah* secara menyeluruh yang diaplikasikan dalam bisnis MLM. Pembahasan kajiannya meliputi pengertian akad *ju’alah*, hukum akad *ju’alah*, rukun dan syarat akad *ju’alah*, pembatalan akad *ju’alah*, serta permasalahan-permasalahan yang melibatkan akad *ju’alah* dalam MLM. Mohamad Fairuz juga membahas mengenai perbedaan antara akad *ju’alah* dengan akad upah atau sewaan (*ijarah*). Dengan kata lain, *ju’alah* adalah akad yang berorientasikan dari hasil dan bukan berorientasikan proses atau kerja yang dilakukan.<sup>20</sup> Kemudian penulis juga menyebutkan tentang hukum akad *al-ju’alah*, diantaranya yaitu menurut mazhab Hanafi yang menolak penggunaan akad *ju’alah* karena faktor *gharar* (kesamaran) yang menjadi penyebab berlakunya penipuan di dalam kontrak *ju’alah* yaitu dalam akad *ju’alah* tidak diketahui secara tepat pekerjaan yang akan dilakukan dan waktu pengerjaannya, sedangkan mazhab Hanafi mengharuskan adanya syarat tersebut.

---

<sup>19</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 162.

<sup>20</sup> Mohamad fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak, “ Konsep Akad *Ju’alah* dalam Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) Patuh Syariah”, *Umran International Journal of Islamic and Civilization Studies*, Vol. 2, No. 1, 2015.

Kemudian dalam jurnal yang ditulis oleh Abdur Rohman tahun 2016 yang berjudul “Analisis Penerapan Akad *ju’alah* dalam Multi Level Marketing (MLM) Studi Atas Marketing Plan *www.jamaher.network*”, isinya lebih mengacu pada analisis penerapan akad *ju’alah* pada MLM *www.jamaher.network* yang melihat dari pandangan mazhab (Syafi’i, Hanbali, Maliki, dan Hanafi) dan Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju’alah*. Selain itu, Abdur Rohman juga membahas teori-teori umum mengenai akad *ju’alah*. Kontroversi ulama mengenai *ju’alah* juga termasuk dalam pembahasan jurnal, penulis menyebutkan ada perbedaan pendapat mengenai hukum *ju’alah* tersebut. Mayoritas yang membolehkan *ju’alah* adalah ulama Syafi’iyah, Hanbali dan Maliki. Penulis juga memberikan analisis penerapan akad *ju’alah* menurut Fatwa DSN MUI No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *ju’alah*. Ada 5 syarat yang harus diperhatikan oleh pemilik MLM yang nantinya boleh atau tidaknya penerapan akad *ju’alah* untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa. Pada intinya akad *ju’alah* boleh dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan jasa.<sup>21</sup>

Selain itu, dalam jurnal *Al-Hurriyah* Tahun 2010 yang ditulis oleh Aidil Alfin dengan judul “Syari’atisasi Sistem Multi Level Marketing (Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri)”, mengkaji tentang usaha penyari’atan bisnis yang telah dilakukan oleh PT Mitra Permata Mandiri yaitu dengan mengaplikasikan 4 akad yang

---

<sup>21</sup> Abdur Rohman, “Analisis Penerapan Akad *Ju’alah*”.

legal dimata hukum Islam dalam bisnisnya yaitu akad *wakalah*, akad *bi murabahah*, akad *ijarah* dan akad *ju'alah* yang merujuk pada Fatwa DSN No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Berjenjang Syari'ah (PLBS).<sup>22</sup> Selain itu, penulis membahas tentang karakteristik sistem MLM menurut beberapa pandangan. Dalam jurnal ini, pembahasan spesifik tertuju pada MLM konsep Binari, dimana sistem binari tidak sama dengan MLM, tetapi karena adanya banyak penyimpangan sistem ini merupakan praktek bisnis curang yang melanggar norma-norma atau etika bisnis.

Adapun dalam skripsi yang berjudul " Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap" dengan penulis Latifah Shofarastuti membahas tentang praktik *multi level marketing* syariah pada PT HPAI Cilacap. Dalam skripsi ini disebutkan beberapa akad yang berkaitan dengan MLM antara lain akad *wakalah*, akad jual beli (*al-Bai*), dan akad *ju'alah*. Latifah memberikan kesimpulan bahwa sistem operasional *multi level marketing* syariah yang dipraktikkan pada HNI HPAI di Cilacap memiliki kesesuaian dengan peraturan Fatwa DSN-MUI No. 75/VII/2009 baik dari segi produk, harga, transaksi, pemberian komisi serta perekrutan anggota. Kemudian HNI Pusat - HNI cabang dalam aspek *multi level marketing* syariah menggunakan akad *wakalah bil ujarah*, dan *wakalah muqayyadah* disebut *wakalah* karena pusat bisnis Cilacap sudah sah diakui sebagai *business center* sebagaimana tertera dalam buku panduan sukses

---

<sup>22</sup> Aidil Alfin, "Syari'atisasi Sistem Multi-Level Marketing: Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri", *Jurnal al-Hurriyah*, Vol. 11, No. 2, 2010.

HNI-HPAI yang menjadi rujukan bagi penulis. Sedangkan BC-Mitra menggunakan akad jual beli yang disertai akad *ju'alah*.<sup>23</sup>

Dalam skripsi tahun 2019 yang ditulis oleh Rendi Karno (UIN Raden Intan Lampung) dengan judul “Analisis Hukum Islam tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera (Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung)” menguji tentang kelayakan dan kualitas PT Melia Sehat Sejahtera dalam melakukan *marketing plan* dan menambahkan analisis normatif berdasarkan Fatwa DSN dengan Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 yang praktiknya menggunakan akad *ju'alah* selama kurang lebih 15 tahun.<sup>24</sup> Didalamnya penulis juga membahas tentang ketentuan umum *ju'alah* dan MLM meliputi pengertian, rukun, syarat, ketentuan hukum, ketentuan akad, serta pandangan-pandangan ulama tentang *ju'alah*. Selain itu, beberapa kriteria yang lebih mendetail tentang pelaksanaan *multi level marketing* juga dibahas dalam skripsi yang ditulis oleh Rendi Karno.

Skripsi karya Kiki Yuliana, “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI” menjelaskan mengenai pelaksanaan akad dan ketentuan-ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) serta operasional MLM Oriflame. Dalam fatwa tersebut pelaksanaan

---

<sup>23</sup> Latifah Shofarastuti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap”, *Skripsi*, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.

<sup>24</sup> Rendi Karno, “Analisis Hukum Islam Tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera: Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung”, *Skripsi*, Lampung: UIN Reden Intan Lampung, 2019.

akad *Ba'i al-Murābahah* perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame. Kemudian berlakunya akad *wakalah bil ujrah* antara perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame untuk menjualkan produk dan mengajak orang untuk bergabung. Adapun berlakunya akad *ju'ālah* dalam pemberian komisi kepada anggota Oriflame dan akad *ijārah* antara perusahaan Oriflame dengan anggota Oriflame karena telah menjualkan produk Oriflame dan merekrut orang. Tetapi masih ada yang belum sesuai dengan akad *ju'ālah* karena Oriflame ada batasan waktu, sedangkan akad *ju'ālah* tidak ada batasan waktu. Hal ini berdasarkan adanya syarat tambahan yang diberikan mazhab Maliki yang tidak membolehkan adanya batasan waktu dalam akad *ju'ālah*. Sehingga Kiki Yuliana memberi kesimpulan bahwa pada sistem bonus MLM Oriflame yang ditinjau menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah telah sesuai.<sup>25</sup>

Berdasarkan beberapa skripsi dan jurnal yang telah ditelusuri dan dipelajari penulis, memang sudah banyak karya-karya yang membahas tentang bisnis MLM yang berkaitan dengan penjualan berjenjang yang berbasis syariah. Tetapi pembahasannya mengenai tinjauan hukum jual beli dengan sistem MLM, apakah sudah sesuai atau belum dengan kriteria DSN MUI, akad-akad yang terdapat dalam bisnis MLM. Sejauh yang penulis ketahui bahwa dalam jurnal Mohamad Fairuz Tamjis dan Buerah Tunggak secara umum telah menyebutkan secara rinci rukun dan syarat yang harus

---

<sup>25</sup> Kiki Yuliana, "Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI".

dipenuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam bisnis MLM. Namun, semua itu hanya memberikan tumpuan terhadap konsep akad *ju'alah* yang diterapkan dalam aplikasi perniagaan MLM. Kemudian dalam jurnal yang ditulis oleh Abdur Rohman menganalisis penerapan akad *ju'alah* pada MLM “Jamaher network” yang melihat dari pandangan beberapa mazhab dan Fatwa DSN MUI. Selain itu, mengaplikasikan 4 akad sekaligus dalam MLM disebutkan di jurnal *Al-hurriyah* yang ditulis oleh Aidil Alfin. Berbeda dengan Latifah Shofarastuti yang menuliskan sebuah skripsi tentang suatu bisnis dikatakan halal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah apabila memenuhi 12 poin persyaratan menurut Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009. Namun berbeda lagi dengan skripsi tahun 2019 yang ditulis oleh Rendi Karno lebih memaparkan secara transparan dan terbuka tentang sistem pembagian hasilnya. Selanjutnya skripsi karya Kiki Yuliana menjelaskan mengenai penerapan akad pada Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yang diatur melalui Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dari sekian skripsi dan jurnal yang penulis temui belum ada yang membahas tentang praktik akad *ju'alah* dalam sistem *referral* bonus MLM menurut pandangan ulama Syafi'iyah. Sebagian besar skripsi dan jurnal membahas tentang penerapan akad *ju'alah* menurut pandangan Islam dalam lingkup yang luas. Sedangkan penulis akan membahas lebih khusus lagi tentang penerapan akad *ju'alah* menurut ulama

Syafi'iyah dalam sistem *referral* bonus MLM yang ada di Oriflame Jaringan Desty.

#### F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi menjadi lima sub bab dengan uraian berikut:

BAB I merupakan Pendahuluan yang berisikan uraian dari konsep dasar yang memberikan gambaran umum, yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi tentang gambaran umum mengenai konsep bisnis Multi Level Marketing dan akad *ju'alah* menurut Ulama Syafi'yah. Bab ini merupakan landasan teori atau tinjauan umum yang berkaitan dengan pembahasan pada bab selanjutnya. Terdapat beberapa sub pembahasan yang ada dalam bab ini yaitu pengertian akad, konsep akad *ju'alah*, pandangan ulama Syafi'iyah mengenai penerapan akad *ju'alah* dalam MLM, sistem bisnis MLM Oriflame, dan sistem *referral* bonus Oriflame.

BAB III menjelaskan tentang metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV membahas tentang bagaimana analisis penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus MLM Oriflame jaringan Desty di Purbalingga menurut Ulama Syafi'iyah. Bab ini menjadi pembahasan utama yang memuat tentang analisis konsep penerapan akad *ju'alah* dalam *referral* bonus *multi level*

*marketing* Oriflame perspektif ulama Syafi'iyah, mekanisme kerja bisnis *multi level marketing* pada Oriflame, yang kemudian diteliti apakah sudah sesuai atau belum dengan konsep akad *ju'ālah* menurut ulama Syafi'iyah.

BAB V adalah penutup dari skripsi. Bab ini memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang merupakan jawaban hasil penelitian dan pemahaman dari rumusan masalah. Saran yang berisi masukan-masukan hasil penelitian.





## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Konsep bisnis MLM pada PT Orindo Alam Ayu Jaringan Desty di Purbalingga merupakan bisnis yang halal dan jelas serta tidak terdapat unsur penipuan. Islam memberikan pemahaman yang berkaitan dengan bonus dapat dikatakan dengan akad *ju'ālah*. Oleh karena kerjasama dalam konsep *ju'ālah* bertujuan untuk membantu meringankan dalam melakukan pekerjaan. Akad perjanjian *referral* bonus Oriflame termasuk ke dalam akad *ju'ālah*, karena pemberian *referral* bonus tersebut atas dasar prestasi kerja yang dilakukan oleh *member* Oriflame di jaringan Desty. Peneliti menggunakan akad *ju'ālah* karena *al-ju'ālah* adalah akad pemberian imbalan atas suatu capaian atau prestasi.

Dari berbagai definisi, dapat diberikan kesimpulan bahwa akad *ju'ālah* menurut Ulama Syafi'iyah adalah akad perjanjian dalam memberikan imbalan atas pencapaian suatu pekerjaan atau jasa tertentu ataupun tidak tertentu dengan syarat imbalan diberikan apabila pekerjaannya telah selesai dan memenuhi rukun dan syarat. Ulama Syafi'iyah membolehkan akad *ju'ālah* terhadap sesuatu yang ringan. Jika dilihat dari rukun dan syarat *ju'ālah* menurut Ulama Syafi'iyah yang sudah terpenuhi oleh kedua pihak, maka akad *ju'ālah* pada *referral* bonus MLM Oriflame Jaringan Desty bisa diterapkan karena sudah memenuhi rukun serta syarat yang disebutkan oleh ulama Syafi'iyah. Berkaitan dengan ketidakjelasan pekerjaan serta batasan

waktu menyelesaikan pekerjaan dalam *ju'ālah*, tidaklah memberi mudarat kepada pelaku *ju'ālah* tersebut. Dengan alasan, akad *ju'ālah* bersifat tidak mengikat salah satu pihak yang melaksanakan akad atau disebut dengan akad sepihak. Artinya boleh saja diterapkan dan sah apabila dalam penerapan akad *ju'ālah* di *referral* bonus Oriflame terdapat batasan waktu dalam penyelesaian pekerjaannya. Jadi, pada intinya semua kembali lagi kepada akad *sighat* yang tidak ada unsur keterpaksaan antara kedua belah pihak. Karena yang dipentingkan dalam akad *ju'ālah* ialah keberhasilan pekerjaan, bukan pada batasan waktu atau cara mengerjakannya.

## **B. Saran**

1. Untuk umat Islam diharapkan bisa lebih produktif dan kreatif dalam berkarya dan beramal. Selain itu masyarakat diharapkan bisa lebih selektif yaitu harus lebih waspada dan tidak mudah tertarik dalam memilih bisnis online yang bersistem MLM, supaya tidak terjerumus dalam penipuan. Karena belakangan ini banyak bisnis online yang mengatasnamakan MLM tetapi tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku serta tidak menutup kemungkinan adanya unsur penipuan atau *money game*.
2. Perlunya melihat dari berbagai sudut pandang masyarakat yang beraneka ragam untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memaknai pemahaman aspek hukum seputar agama yang hanya biasanya memiliki fokus terhadap sesuatu yang bersifat normatif-dogmatif.

3. Bagi pelaku bisnis online maupun bukan disarankan untuk melakukan bisnis sesuai dengan aturan hukum Islam yaitu jelas (halal) barangnya, adanya usaha dan kerja keras, serta tidak ada unsur penipuan.
4. Bagi akademis, diharapkan dapat menjadi metode baru dalam modal pembelajaran bagi mahasiswa untuk mempelajari dan memahami tentang kajian fikih muamalah kontemporer berdasarkan konsep, dasar, struktur, aplikasi, dan problemnya dari bab ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, Danu Eko. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Ahmadi, Rulam. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Al- Ashfahani, Abu Syuja'. *Fikih Praktis Madzhab Syafi'iyah: Matan Abu Syuja'*, terj. D.A Pakih sati. Solo: Kuttab Publishing, 2016.
- Al Hadi, Abu Azam. *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Alfin, Aidil. "Syari'atisasi Sistem Multi-Level Marketing: Tinjauan terhadap Aplikasi Multi-Akad dalam Kinerja PT. Mitra Permata Mandiri". *Jurnal al-Hurriyah*. Vol. 11, no. 2, 2010.
- Anonim. "Network Marketing: Model Bisnis Online Terbaik di Masa Depan". [www.qnetindonesia.com](http://www.qnetindonesia.com).
- APLI. "Daftar Anggota APLI". [www.apli.or.id](http://www.apli.or.id).
- Apridar dan Rita Meutia. *Model Ekonomi Syariah: Fondasi Sistem Ekonomi*. Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2020.
- Arifin, Johar. "Substansi Akad dalam Transaksi Syariah". *Jurnal al-Amwal: Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 6, no. 1, 2014. 165-183.
- Azam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat: Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Al-Bugha, Musthafa Diib. *Fikih Islam Lengkap: Penjelasan Hukum-hukum Islam Madzhab Syafi'iyah*, terj. D.A Pakih sati. Solo: Media Zikir, 2009.
- Djazuli, A. *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan masalah-masalah yang Praktis*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutikaprio, 2016.
- Fatwa DSN MUI Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007.
- Gazali. “Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah”. *IQRA: Jurnal Kependidikan dan Keislaman*. Vol. 2, no. 1, 2018, 39.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Gulo, Melva Vicensia. “Wadiah vs Ju’alah pada Sertifikat Bank Indonesia Syariah”. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*. Vol. 2, no. 1, 2013.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Perkasa, 2014.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Haryono. “Konsep *al- Ju’alah* dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari”. *Jurnal Al-Mashlahah Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. Vol. 5, no. 09, 2017, 643.
- Hasan, M Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasanah, Sovia. “Konsep Akad Menurut Hukum Islam dan Perjanjian Menurut KUH Perdata”. [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com).
- Idris, Adriyani dkk. ”Penerapan Sistem Syariah pada Multilevel Marketing Syariah (Studi Kasus di Stokist K-Link Lalolara Kendari”. *Jurnal Fawaid*. Vol. 1, no. 1, 2019, 52.
- Kamawo, Deby Susan. “Bisnis Oriflame, Bisnis Konsultan Itu Sendiri: Budaya Organisasi Multi Level Marketing untuk Mewujudkan Mimpi”. *Jurnal Etnosia*. Vol. 01, no. 02, 2016
- Karim, Helmi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Karno, Rendi. “Analisis Hukum Islam Tentang Implementasi Sistem Marketing Plan Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera: Studi di PT. Melia Sehat Sejahtera Cabang Bandar Lampung”. *Skripsi*. Lampung: UIN Reden Intan Lampung, 2019.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.

- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muammalah*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Mas'ud, Ibnu dan Zainal Abidin S. *Fiqh Mazhab Syafi'iyah (Edisi Lengkap) Buku 2: Muamalah, Munakahat, Jinayat*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2007.
- Mubarok, Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Ijarah dan Ju'alah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Mulachela, Husen, Muchamad Nafi (ed.). "Mirip MLM, Hati-Hati Penipuan Money Game". [www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id).
- Munandar, Fakhur. "Sistem Fee Agen dalam Penjualan Rumah Real Estate pada PT. Hadrah Aceh Pratama dalam Perspektif Akad *Ji'alah*". *Skripsi*. Banda Aceh: UIN ar-Raniry Darussalam, 2019.
- Munawaroh, Khasanatul. "Pemberian Reward pada Bisnis Multi Level Marketing Ditinjau dari Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus pada Upline MLM Oriflame)". *Skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020.
- Mustofa, Imron. "Jendela Logika dalam Berfikir: Deduksi dan Induksi sebagai Dasar Penalaran Ilmiah". *El-Banat: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*. Vol. 6, no. 2, 2016, 135.
- Muzakki, Ahmad. "Studi terhadap Fatwa DSN MUI Nomor 75 Tahun 2009 tentang Penjualan Lansung Berjenjang Syariah (MLM Syariah)". *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*. Vol. 6, no. 2, 2020. 111-121. [www.ejournal.unzah.ac.id](http://www.ejournal.unzah.ac.id).
- An-Nawawi, Imam. *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab tahqiq dan ta'liq Muhammad Najib Al Muthi'i Jilid 20*. Pustaka Azzam: Jakarta, 2009.
- an-Nawawi, Imam Abu Zakariyya Yahya bin Syaraf. *Al-Majmu' Syarah al-Muhadzdzab*. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.
- Nugraha, Jevi. "Mengenal Fungsi Database dan Jenis-jenisnya, Perlu Diketahui". [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com).
- Nurdin, Ridwan. *Fiqh Muamalah: Sejarah, Hukum, dan Perkembangannya*. Banda Aceh: PeNA, 2014.
- Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Pudjihardjo, M dan Nur Faizin Muhith. *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*. Malang: UB Press, 2019.

- Rahmah, Lailatur dkk. "Bisnis Multi Level Marketing dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009: Studi Kasus pada Member MLM 4Jovem di Situbondo". *Jurnal Istidlal*. Vol. 1, no. 2, 2017, 106.
- Rahmawaty, Anita. "Bisnis MultiLevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 2, no. 1, 2016, 82.
- Riadi, Muchlisin. "Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)". [www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com).
- Rifa'i, Moh. "Kajian Masyarakat Beragama Perspektif Pendekatan Sosiologis". *Jurnal al-Tanzim*. Vol. 2, no. 1, 2018, 25.
- Rohman, Abdur. "Analisa Penerapan Akad *Ju'alah* dalam Multi Level Marketing (MLM): Studi atas Marketing Plan *www.Jamaher.Network*". *Jurnal al-Adalah*. Vol. XIII, no. 2, 2016, 180.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Safwan. "Multi Level Marketing dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". *Jurnal JESKape*. Vol.2, no. 1, 2019, 107.
- Shofarastuti, Latifah. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Multi Level Marketing Syari'ah Halal Network International PT Herba Penawar Alwahida Indonesia di Cilacap". *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.
- Slamet, Yulius. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
- Statista. "Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet: Pengguna Internet Terbesar di Dunia Pada Maret 2019". [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id).
- Sudaryono dkk. *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Sweden, Oriflame. "Profil Oriflame". [www.oriflame.com](http://www.oriflame.com).
- Syarqawie, Fithriana. *Fikih Muamalah*. Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2014.
- Syeirazi, M Kholid. "Bermazhab Syafi'i atau Syafi'iyah?". [www.nuonline.org](http://www.nuonline.org).

Tamjis, Mohamad fairuz dan Buerah Tunggak. “ Konsep Akad *Ju’alah* dalam Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) Patuh Syariah”. *Umran International Journal of Islamic and Civilization Studies*. Vol. 2, no. 1, 2015.

Yolanda, “Kontribusi Multi Level Marketing Terhadap Peningkatan Perekonomian Anggota menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus pada PT Orindo Alam Ayu Pekanbaru”. *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.

Yuliana, Kiki. “Operasionalisasi Multi Level Marketing Oriflame di Ponorogo dalam Tinjauan Fatwa DSN MUI”. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Islami wa Adillatuhu*. Beirut: Dar al-Fikr, 1989. IV.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu: Hukum Transaksi Keuangan, Transaksi Jual-Beli, Asuransi, Khiyar, Macam-Macam Akad Jual Beli Akad Ijarah (Penyewaan)*, terj. Abdul Hayyi al-Kattani dkk. Jilid 5. Jakarta: Gema Insani, 2011.

