

Definisi dari *Multi Level Marketing* (MLM) adalah suatu sistem pemasaran dengan menggunakan model rantai *up line* dan *down line*. Perekrutan anggota yang dilakukan oleh MLM adalah dengan cara mengajak orang-orang disekitar. Setelah berhasil mengajak orang, maka anggota tersebut akan mendapatkan keuntungan beberapa persen bagian dari orang yang diajaknya tersebut.

Perkembangan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini juga tidak bisa lepas dari sejarah berdirinya Nutrilite yang sekarang telah diakuisasi oleh Amway. Pada tahun 1953 perusahaan Amway mendapat pengakuan dari pemerintah Amerika Serikat dan sekaligus mendapat pengesahan atas keberadaannya sebagai perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM). Sejak saat itu, ribuan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) mulai bermunculan seperti Forever Living, Herbalife, dan Neolife. Masing-masing perusahaan tersebut memiliki jumlah distributor yang cukup banyak.

Namun, hal ini masih menjadi berdebatan oleh banyak pihak sehingga menjadi topik yang sering diperbincangkan adalah mengenai kesesuaian syariah bisnis MLM ini. Beberapa hal kemudian menjadikan praktik jual beli berdasarkan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) ini diharamkan. Pertama alasan diharamkan karena sistem *Multi Level Marketing* (MLM) mengandung riba. Hal ini dikarenakan anggota harus membayar untuk mendapatkan jumlah yang lebih besar dari yang dikeluarkan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut menggunakan selisih nilai atau bentuk *takaful* dan ada *ta'khir* di dalamnya. Keberadaan produk sebenarnya tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis *Multi Level*

- a) Sumber primer, yaitu sumber yang langsung memberikan data kepada penulis.¹⁶ Sumber ini meliputi para pihak pelaku bisnisnya diantaranya:
- (1) Member *Multi Level Marketing* (MLM) Kangzen Kenko Indonesia.
 - (2) Distributor MLM Kangzen Kenko Indonesia.
 - (3) CSD (*Crown Star Direction*) dari Kangzen Kenko.
- b) Sumber sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari orang lain untuk melengkapi sumber data primer. Buku-buku yang diambil dan diperoleh dari sebagian bahan pustaka yang terkait dengan masalah yang diteliti, diantaranya dibutuhkan untuk mendukung data primer. Data-data tersebut bersumber dari buku-buku, catatan-catatan atau dokumen, tentang apa saja yang berhubungan dengan analisis fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/2009 terhadap sistem operasional *Multi Level Marketing* (MLM) Kangzen Kenko Indonesia di Surabaya, diantaranya:
- (1) Ascarya, Akad dan Produk Syariah.
 - (2) Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.
 - (3) Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah.
 - (4) Yusuf Qardhawi, fatwa antara ketelitian dan kecerobohan.
 - (5) Hendi, Suhendi, Fiqh Muamalah

¹⁶ Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2007),

Bab pertama adalah Pendahuluan, yang berisikan Latar Belakang, Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua adalah Tinjauan Pustaka pada bab ini berisi landasan teori uraian tentang : gambaran singkat profil lembaga MUI, tugas pokok DSN (Dewan Syariah Nasional), mekanisme dan kedudukan fatwa, fatwa DSN MUI No: 75/DSN MUI/VII/2009, *Multi Level Marketing* (MLM), Penjualan langsung atau penjualan berjenjang, Perbedaan pokok antara *Multi Level Marketing* (MLM) asli dan *Multi Level Marketing* (MLM) palsu, Skema piramid atau jaringan *Multi Level Marketing* (MLM) terlarang, *Money game*.

Bab ketiga adalah sistem operasional diantaranya deskripsi singkat profil berdirinya KK Indonesia, visi dan misi, produk dan harga, sistem operasional perekrutan member, rencana pemasaran dan jenjang karir, serta pelatihan member KK Indonesia.

Bab keempat tentang Analisis Fatwa DSN MUI terhadap sistem operasional *Multi Level Marketing* (MLM) KK Indonesia di Surabaya.

Bab kelima Penutup, yang terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang dipandang berkenan dengan pembahasan skripsi.