

Analisis Fikih Muamalah terhadap Sistem Multi Level Marketing pada Perusahaan Tiens Syariah Kota Bandung

Fadel Muhammad^{*}, Arif Rijal Anshori, Ira Siti Rohmah Maulida

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

158fadel@gmail.com, arif.rijal@unisba.ac.id, ira.siti@unisba.ac.id

Abstract. The rapid advancement of technology in Indonesia has led to the emergence of various new business models, including the use of social media as a marketing tool. This development is evident in the widespread use of online shopping applications and the rise of e-commerce. One of the fast-growing internet-based business systems is Multi-Level Marketing (MLM). According to Lexy J. Moleong, qualitative research is a procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior. Descriptive research aims to portray existing phenomena, whether natural or man-made. In practice, distributors can view bonuses based on the percentages set by the company, making the amount clear once sales targets are met. The MLM system implemented by Tiens Syariah conceptually aligns with Sharia principles, as reflected in the use of *ju'alah* and *wakalah* contracts, the presence of tangible products as objects of sale, and commissions derived from product sales rather than membership fees. Thus, in theory, this system complies with the principles of Islamic commercial jurisprudence (*fiqh muamalah*).

Keywords: *Sharia Multi level marketing, Digital marketing, Tiens Sharia.*

Abstrak. Pesatnya kemajuan teknologi di Indonesia memunculkan berbagai pola bisnis baru, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Perkembangan ini terlihat dari maraknya aplikasi belanja online dan kemunculan e-commerce. Salah satu sistem bisnis berbasis internet yang berkembang pesat adalah Multi Level Marketing (MLM). Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik yang bersifat alamiah maupun hasil rekayasa manusia. Dalam praktiknya, distributor dapat melihat bonus sesuai persentase yang telah ditetapkan perusahaan, sehingga jumlahnya jelas ketika target penjualan terpenuhi. Sistem MLM yang diterapkan Tiens Syariah secara konseptual mengarah pada prinsip syariah, tercermin dari penggunaan akad *ju'alah* dan *wakalah*, keberadaan produk nyata sebagai objek jual beli, serta komisi yang berasal dari hasil penjualan, bukan dari biaya pendaftaran anggota. Dengan demikian, secara teori sistem ini telah sesuai dengan prinsip-prinsip fikih muamalah.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing Syariah, Pemasaran Digital, Tiens Syariah.*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat di Indonesia telah mendorong munculnya berbagai model bisnis baru yang sebelumnya belum dikenal secara luas. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Fenomena ini tampak dari meningkatnya penggunaan aplikasi belanja daring serta pertumbuhan signifikan berbagai platform e-commerce (Ramdani et al., 2025). Dalam konteks ini, sistem pemasaran berjenjang atau Multi Level Marketing (MLM) menjadi salah satu strategi bisnis berbasis internet yang berkembang pesat dan menarik perhatian masyarakat luas (Khairunnisa et al., 2022).

MLM merupakan bentuk pemasaran langsung (*direct selling*) yang dilakukan oleh individu-individu dalam jaringan berjenjang, di mana setiap anggota bertugas memasarkan produk dan merekrut anggota baru. Anggota yang terlibat tidak terikat jam kerja tertentu dan memiliki potensi untuk memperoleh penghasilan melalui sistem komisi. Sistem ini menjadi populer karena dianggap menawarkan peluang keuntungan finansial yang cepat dan mudah, meskipun dalam praktiknya tidak sedikit yang menyamakan MLM dengan skema piramida atau *money game* (Siti Nur A'isah, 2022). Perbedaan mendasar terletak pada sumber bonus yang diberikan, MLM memperoleh bonus dari omzet penjualan produk, sedangkan *money game* menekankan bonus dari aktivitas perekrutan anggota (APLI).

Sistem Multi Level Marketing (MLM) ini menarik banyak anak muda dan remaja karena menawarkan keuntungan finansial yang cepat dan mudah. Model bisnis MLM menghubungkan usaha ini secara langsung, memungkinkan seseorang mendapatkan kekayaan dengan cara yang instan. MLM Tiens syariah adalah perusahaan yang menerapkan sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi bertingkat, dengan prinsip syariah yang diterapkan baik dalam sistem maupun produk yang dijual. Secara dasar, MLM syariah merupakan konsep jual beli yang terus berkembang dengan berbagai variasi (Aswarina Zafira et al., 2024).

Dalam era digital, sejumlah e-commerce mulai mengadopsi strategi MLM untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Menurut data Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), pada tahun 2019 bisnis MLM di Indonesia telah melibatkan lebih dari enam juta anggota dan menghasilkan omzet sebesar 18 triliun rupiah. APLI juga menegaskan bahwa digitalisasi MLM telah berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional, menjadikan Indonesia lebih kompetitif di tengah arus globalisasi (Ghina Safira Nurfikri et al., 2021).

Salah satu perusahaan yang mengembangkan sistem MLM berbasis prinsip syariah adalah PT. Singa Langit Jaya (Tiens Syariah Indonesia), cabang dari Tiens Group Co. Ltd., sebuah perusahaan multinasional asal Tiongkok yang bergerak di bidang kesehatan. Tiens resmi masuk ke pasar Indonesia pada tahun 2001 dan telah memiliki jaringan distribusi di lebih dari 190 negara. Tiens Syariah menawarkan produk-produk seperti suplemen kesehatan, kosmetik, dan kebutuhan rumah tangga, yang dipasarkan melalui sistem jaringan berjenjang. Di Kota Bandung, jaringan Tiens Syariah berkembang dengan struktur upline dan downline, di mana komisi diberikan berdasarkan omzet penjualan dan performa jaringan. MLM ini juga merupakan salah satu sistem dari bisnisnya yang memasarkan produknya dengan menggunakan membernya sebagai pemasar, pembeli, konsumen juga distributor.

Dalam konteks fikih muamalah, sistem MLM yang diterapkan oleh Tiens Syariah dinilai mendekati prinsip syariah selama memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti kejelasan akad (akad *ju'alah* dan *wakalah*), kehalalan produk, transparansi distribusi komisi, dan tidak adanya unsur penipuan (*gharar*) maupun *riba* (Rahmi Kurniadi et al., 2023). Sistem komisi diberikan bukan dari biaya pendaftaran anggota, melainkan dari hasil penjualan produk yang nyata. Beberapa ulama dan lembaga fatwa menyatakan bahwa model MLM semacam ini dapat dibenarkan secara syariah apabila dijalankan sesuai koridor Islam. Namun demikian, dalam praktiknya, tidak dapat diabaikan adanya potensi penyimpangan oleh oknum tertentu, seperti penekanan pada rekrutmen semata atau manipulasi sistem bonus. Oleh karena itu, kajian kritis terhadap implementasi MLM Syariah, khususnya pada perusahaan seperti Tiens Syariah di Kota Bandung, menjadi penting untuk memastikan kesesuaian antara teori fikih muamalah dengan praktik aktual di lapangan.

Berdasarkan Latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut: “Bagaimana praktik system Multi Level Marketing (MLM) yang diterapkan oleh Perusahaan Tiens Syariah Kota Bandung sesuai dengan prinsip-prinsip Fikih Muamalah?”, “Bagaimana Tinjauan Fikih Muamalah terhadap struktur komisi dan bonus dalam sistem MLM Tiens Syariah Kota Bandung.” Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini di uraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui system Multi Level Marketing (MLM) yang di terapkan oleh perusahaan Tiens Syariah Kota Bandung sesuai dengan prinsip-prinsip Fikih Muamalah.
2. Untuk menjelaskan struktur komisi dan bonus dalam system MLM Tiens Syariah Kota Bandung dilihat dari perspektif Fikih Muamalah.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena masalah yang dibahas belum jelas, bersifat holistik, kompleks, dinamis, dan penuh makna. Dalam penelitian kualitatif, seperti yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti memilih sumber data dengan lebih menekankan pada perspektif emic, artinya lebih mengutamakan pandangan dari responden itu sendiri, yaitu bagaimana mereka memandang dan menafsirkan dunia dari sudut pandang mereka. Peneliti tidak bisa memaksakan kehendaknya untuk mendapatkan data tertentu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer lalu didukung dengan data sekunder. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Praktik sistem Multi Level Marketing yang diterapkan oleh perusahaan Tiens Syariah Kota Bandung

Tiens Syariah Kota Bandung mengklaim sudah menerapkan sistem MLM Syariah, dengan tujuan tidak hanya menjual produk kesehatan, tetapi juga membangun jaringan ekonomi umat yang berbasis akad- akad islam. Konsep dasarnya sudah tepat:

1. Ada Produk nyata seperti suplemen herbal, alat kesehatan, dsb.
2. Komisi bukan dari pendaftaran, tapi dari penjualan produk
3. Sistem bonus pakai akad ju'alah (imbalan kerja) dan wakalah.

Namun dalam praktiknya, saya pribadi melihat masih ada beberapa penyimpangan dari nilai syariah, khususnya di Tiens Syariah Kota Bandung:

1. Repacking produk oleh oknum distributor tanpa izin perusahaan yang merusak kehalalan, menyalahi regulasi, dan bisa saja beresiko untuk menipu konsumen.
2. Komisi sering tidak transparan, banyak distributor pemula yang tidak paham dengan sistem bonus, bahkan hanya mengejar jaringan tanpa fokus menjual produk.
3. Kadang muncul unsur gharar (ketidakjelasan), karena banyak anggota hanya berharap keuntungan dari merekrut orang, bukan untuk menjual produk.

Tinjauan Fikih Muamalah terhadap struktur komisi dan bonus dalam sistem MLM Tiens Syariah Kota Bandung

Kepatuhan distributor Tiens Syariah di Kota Bandung terhadap fatwa DSN MUI NO.75/DSN MUI/VII/2009 tentang sistem pemberian bonus. Distributor Tiens Syariah di Kota Bandung sudah mematuhi Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 dalam sistem pemberian bonus. Tiens Syariah memiliki SOP sendiri yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga setiap distributor diwajibkan untuk mematuhi aturan tersebut. Sistem SOP yang diterapkan sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI. Kepatuhan syariah secara operasional (praktis) adalah kepatuhan kepada fatwa DSN karena fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam perbankan Syariah di

Indonesia. Segala fatwa yang dikeluarkan oleh DSN menjadi acuan kerja bagi Dewan Pengawas Syariah yang memiliki daya laku dan daya ikat yang kuat dalam penerapan prinsip dan aturan syariah.

Faktor-faktor yang mendukung sistem bonus Tiens Syariah sudah sesuai dengan prinsip penerapan ekonomi Islam. Salah satu faktor pendukung dalam sistem pembagian bonus di Tiens Syariah adalah kejelasan nominal bonus yang diterima oleh masing-masing distributor, yang disesuaikan dengan tingkat keanggotaan (membership) mereka. Selain itu, faktor pendukung lainnya adalah keberadaan sertifikat syariah yang dimiliki oleh perusahaan, yang menjadi indikator bahwa sistem yang diterapkan telah sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sebagai bentuk legitimasi lebih lanjut, informasi mengenai status sertifikasi syariah perusahaan dapat diverifikasi melalui APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), sebagai lembaga yang berwenang dalam memantau dan mencatat perusahaan-perusahaan yang telah memperoleh sertifikasi tersebut secara resmi.

Kendala yang sering dirasakan dalam proses menjalankan bisnis Tiens dan pembagian bonus distributor di Kota Bandung. Para distributor menghadapi berbagai kendala dalam proses membangun bisnisnya di Tiens Syariah. Kendala-kendala tersebut berbeda tergantung pada latar belakang usia. Bagi kalangan muda, hambatan yang sering ditemui adalah kurangnya dukungan dari orang-orang terdekat, seperti keluarga maupun pasangan, serta keterbatasan modal akibat belum memiliki sumber pendanaan mandiri. Sementara itu, distributor dari kalangan dewasa umumnya menghadapi kendala berupa minimnya edukasi dan pemahaman mengenai sistem bisnis Tiens Syariah. Akibatnya, mereka cenderung lebih mudah terpengaruh oleh pandangan negatif yang beredar di masyarakat, yang umumnya masih memandang sebelah mata terhadap sistem bisnis Multi Level Marketing (MLM), termasuk yang berbasis syariah.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, diperlukan upaya edukatif yang intensif. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah mengajak calon distributor maupun masyarakat umum untuk mengikuti pertemuan atau pelatihan yang secara khusus memberikan penjelasan mendalam mengenai sistem kerja, legalitas, serta nilai-nilai syariah dalam bisnis Tiens. Melalui penyampaian informasi yang komprehensif ini, diharapkan masyarakat dapat memahami secara objektif dan menyeluruh tentang bisnis Tiens Syariah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian, yaitu Kesesuaian Konseptual dan Praktis Sistem MLM Tiens Syariah dengan Prinsip Syariah, Sistem Multi Level Marketing (MLM) yang diterapkan oleh Tiens Syariah di Kota Bandung maupun secara umum, secara konseptual telah sesuai dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, yang tercermin dari penggunaan akad ju'alah dan wakalah, keberadaan produk riil, serta sistem komisi berbasis hasil penjualan, bukan biaya pendaftaran. Kepatuhan terhadap Fatwa DSN MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009 juga telah diupayakan melalui pelaksanaan bonus yang mengikuti SOP perusahaan dan pengawasan dari lembaga seperti APLI, serta didukung oleh sertifikasi syariah resmi.

Tantangan Implementasi di Lapangan dan Upaya Penanggulangannya, Di tingkat praktik, masih ditemukan penyimpangan seperti repacking ilegal, ketidakjelasan sistem bonus, serta fokus berlebihan pada perekrutan anggota baru, yang berpotensi menimbulkan unsur gharar. Distributor menghadapi berbagai kendala seperti stigma negatif masyarakat, keterbatasan modal, dan kurangnya pemahaman terhadap perbedaan MLM syariah dan money game. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan pelatihan rutin, edukasi publik, dan penguatan pemahaman sistem bisnis sesuai prinsip ekonomi Islam.

Ucapan Terimakasih

Puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena atas segala rahmat, kasih sayang, dan karunia-nya yang tidak pernah putus. Penulis ingin mengucapkan Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan baik moril, materi, kritik, saran, dan do'a

yang telah diberikan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat selesai. Penulis ucapkan terimakasih kepada Mama dan almarhum Ayah selaku orang tua penulis yang sangat supportive mendukung, memberi do'a, kasih sayang dan motivasinya tanpa henti kepada penulis, semoga Mama dan Almarhum Ayah di Hadiahi Surga tanpa Hisab. Terima kasih juga untuk Bapak Arif Rijal Anshori S.Sy.,ME. dan juga Ibu Ira Siti Rohmah Maulida, S.Sy., M.E. selaku Pembimbing sekaligus Dosen Wali Penulis, Semoga kebaikan dan Kesabaran Bapak dan Ibu Penulis, Dibalas Allah dengan Pahala yang Melimpah.

Daftar Pustaka

- Aswarina Zafira, Yayat Rahmat Hidayat, & Nanik Eprianti. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Offline dan Online pada Minat Beli Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 51–58. <https://doi.org/10.29313/jres.v4i1.3724>
- Benny Santoso, All About MLM: Memahami Lebih Jauh MLM Dan Pernak perniknya (Yogyakarta: ANDI, 2003)
- Dewan Syariah Nasional MUI, 'Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 73/DSN-MUI/XI/2008', Musyarakah Mutanaqisah, 2008
- Ghina Safira Nurfikri, Febriadi, S. R., & Srisulisawati, P. (2021). Analisis Tingkat Pemahaman Pedagang Pakaian terhadap Etika Pemasaran Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i1.98>
- Havis Aravik, 'TINJAUAN FIQH MUAMALAH TERHADAP MULTI LEVEL MARKETING (MLM)', *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3 (2020) <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/esha.v3i1.223>
- Kuswara, Mengenal MLM Syariah: Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya (Qultum Media, 2005)
- Khairunnisa, H., Srisusilawati, P., & Nurrachmi, I. (2022). Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Peningkatan Omzet Penjualan. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2692>
- Lestari, Putu Astri, 'Peluang Bisnis Multi Level Marketing Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus: Pt Orindo Alam Ayu)', *Jurnal Imagine*, 1 (2021), 38–43 <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/imagine/article/view/184>
- Qonitatillah, Devina Mara, 'Analisis Faktor- Faktor Bisnis Multi Level Marketing Terhadap Kebebasan Finansial Distributor Pada Pt. K Link Syariah Lumajang', *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2 (2022), 01 <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.1594>
- Rahmi Kurniadi, A., Permana, I., Firdaus Nuzula, Z., & Hukum Ekonomi Syariah, P. (2023). *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Pelaksanaan Sewa Menyewa dalam Jasa Layanan Rental Mobil Box di D-Trans Logistics Bandung* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.sbpubliher.com/index.php/imsak>
- Ramdani, R. M., Kahirani, A. R., Hadita, A., Prabowo, R., & Aulia, I. S. (2025). Peluang Bisnis Melalui Affiliate Marketing: Mengoptimalkan Waktu Luang Ibu Rumah Tangga di Desa Margamulya. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v6i1.4969>
- Siti Nur A'isah. (2022). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Affiliate Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi Kasus Para Pedagang Online Di Marketplace Shopee)*.

Slamet Wiyono, 'Manajemen Potensi Diri' (Jakarta: Grasindo, 2006).

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&d (Bandung: CV.Afabeta, 2018)

Winarti, Indry Setyo, 'Sistem Multi Level Marketing (Mlm) Pada Pt Tiens Indonesia Perspektif ALZ | Ari < ' Ah Program Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri', 2020