- Turnitin

skripsi tesa fix

6. 논문 및 과제 검사 - 검사 후 Turnitin DB 미 저장 (Originality Check - No Repository)

Document Details

Submission ID
trn:oid:::3618:140241130

Submission Date
24 May 2026, 21:30 GMT+7

Download Date
24 May 2026, 21:36 GMT+7

File Name
skripsi tesa fix.docx

File Size
4.6 MB

90 Pages

14,176 Words

107,398 Characters

11% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

8% Internet sources
4% Publications
10% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

8% Internet sources
4% Publications
10% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	
IAIN Bukit Tinggi on 2025-08-01		2%
2	Internet	
eprints.iain-surakarta.ac.id		<1%
3	Student papers	
University of California, Los Angeles on 2024-06-15		<1%
4	Internet	
repository.iainpare.ac.id		<1%
5	Internet	
repository.syekhnurjati.ac.id		<1%
6	Internet	
repository.uinjkt.ac.id		<1%
7	Student papers	
IAIN Bukit Tinggi on 2025-07-07		<1%
8	Internet	
repository.uinbukittinggi.ac.id		<1%
9	Internet	
repository.metrouniv.ac.id		<1%
10	Student papers	
Universiti Teknologi Petronas on 2023-10-22		<1%
11	Student papers	
Universitas Islam Negeri Raden Fatah on 2024-09-05		<1%

12 Student papers
IAIN Pontianak on 2026-05-06 <1%

13 Student papers
IAIN Bukit Tinggi on 2025-07-28 <1%

14 Student papers
UIN Batusangkar on 2025-10-28 <1%

15 Student papers
IAIN Purwokerto on 2025-04-08 <1%

16 Internet
journal.uin-alauddin.ac.id <1%

17 Student papers
Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2025-10-20 <1%

18 Internet
docplayer.info <1%

19 Student papers
UIN Batusangkar on 2025-08-21 <1%

20 Internet
etheses.uin-malang.ac.id <1%

21 Student papers
Universitas Jambi on 2026-04-30 <1%

22 Internet
etd.uinsyahada.ac.id <1%

23 Student papers
IAIN Purwokerto on 2025-07-07 <1%

24 Student papers
IAIN Bengkulu on 2024-09-10 <1%

25 Student papers
IAIN Bukit Tinggi on 2025-07-18 <1%

26 Student papers
IAIN Bukit Tinggi on 2025-07-05 <1%

27 Internet
etheses.iainkediri.ac.id <1%

28 Internet
etheses.iainponorogo.ac.id <1%

29 Internet
etheses.iainpekalongan.ac.id <1%

30 Internet
repository.uin-suska.ac.id <1%

31 Internet
repository.umy.ac.id <1%

32 Student papers
IAIN Purwokerto on 2026-05-20 <1%

33 Internet
123dok.com <1%

34 Student papers
Syntax Corporation on 2025-08-23 <1%

35 Internet
adoc.pub <1%

36 Student papers
UIN Batusangkar on 2025-08-22 <1%

37 Internet
repository.radenintan.ac.id <1%

38 Internet
repository.uinpalopo.ac.id <1%

39 Student papers
Sriwijaya University on 2023-05-23 <1%

40 Student papers
UINFAS Bengkulu on 2026-05-17 <1%

41 Internet
repository.fe.unj.ac.id <1%

42 Student papers
Surabaya University on 2012-01-31 <1%

43 Student papers
UIN Batusangkar on 2026-01-21 <1%

44 Internet
digilib.uinsby.ac.id <1%

45 Internet
supplychainindonesia.com <1%

46 Student papers
Higher Education Commission Pakistan on 2025-09-17 <1%

47 Student papers
IAIN Bukit Tinggi on 2024-07-12 <1%

48 Publication
Lailatur Rahmah, Wawan Juandi, Muhammad Shaleh. "Bisnis Multi Level Marketi... <1%

49 Student papers
UIN Sunan Gunung Djati Bandung on 2026-04-30 <1%

50 Internet
fsyar.uinbukittinggi.ac.id <1%

51 Internet
kutukupred.blogspot.com <1%

52 Internet
media.neliti.com <1%

53 Internet
mlmcrestwellness.blogspot.com <1%

54 Student papers
Higher Education Commission Pakistan on 2026-03-02 <1%

55 Student papers
International School Hong Kong on 2025-02-03 <1%

56 Student papers
UIN Batusangkar on 2026-02-18 <1%

57 Internet
dspace.uii.ac.id <1%

58 Internet
e-campus.iainbukittinggi.ac.id <1%

59 Internet
idr.uin-antasari.ac.id <1%

60 Internet
muhammadamin0089.blogspot.com <1%

61 Internet
repository.iainpurwokerto.ac.id <1%

62 Student papers
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang on 2024-09-01 <1%

63 Student papers
University of Southern Mississippi on 2023-02-22 <1%

64 Student papers
IAIN Bukit Tinggi on 2025-07-22 <1%

65 Student papers
Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia on 2025-09-23 <1%

66 Student papers
Magister Ilmu Agama Islam on 2025-12-05 <1%

67 Publication
Silvi Novindri. "Analisis Fikih terhadap Akad Dana Talangan Haji pada Bank Syaria... <1%

68 Student papers

Sukkur Institute of Business Administration on 2025-09-29 <1%

69 Student papers

Tarumanagara University on 2020-05-12 <1%

70 Student papers

UIN Raden Intan Lampung on 2023-08-04 <1%

TINJAUAN FATWA DSN-MUI N0. 75/DSN-MUI/VII/2009 (TENTANG MLM) TERHADAP PEMBAGIAN BONUS PADA PRODUK MOORLIFE

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Oleh :

TESA GUSTINA PUTRI

NIM. 1222.039

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2026 M/1447 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **"Tinajauan Fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 (Tetang MLM) Terahadap Pembagian Bonus Pada Produk Moorlife"** yang disusuk oleh Tesa Gustina Putri, NIM 1222.039 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Telah dilakukan bimbingan secara maksimal dan untuk selanjutnya disetujui untuk dianjukan ke siding munaqasah skripsi.

Bukittinggi, 13 Mei 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Sofia Ridha, M.Ag

NIP. 197008272002122001

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Fakultas Syariah UIN Bukittinggi

Afdilla Nisa, Lc, M.A

NIP. 198610302020122006

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Tinjauan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang *Multi Level Marketing* terhadap Pembagian Bonus pada Produk Moorlife", yang ditulis oleh Tesa Gustina Putri, NIM 1222039, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya bisnis Multi Level Marketing (MLM) di Indonesia, salah satunya Moorlife yang menerapkan sistem penjualan langsung dengan pembagian bonus berdasarkan jenjang keanggotaan dan pengembangan jaringan. Sistem bonus yang diterapkan menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaiannya dengan prinsip syariah, khususnya berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pembagian bonus pada Moorlife serta bagaimana tinjauan Fatwa DSN-MUI terhadap sistem tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif (*Library Research)* dengan pendekatan normatif empiris. Data diperoleh melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data berasal dari fatwa DSN-MUI, buku, jurnal, katalog Moorlife, serta hasil wawancara dengan anggota aktif Moorlife. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menghubungkan praktik pembagian bonus Moorlife dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembagian bonus Moorlife dilakukan melalui beberapa jenjang karir, yaitu Entrepreneur (EP), Entrepreneur Leader (EP-L), dan Entrepreneur Mastership (EP-M). Bonus diberikan berdasarkan penjualan produk, perekrutan anggota baru, serta pengembangan jaringan. Bentuk bonus yang diberikan meliputi bonus rekrutmen, personal sales, unit sales, leadership bonus, reward voucher, dan berbagai program penghargaan lainnya. Berdasarkan tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009, sistem pembagian bonus pada Moorlife pada dasarnya telah sesuai dengan prinsip syariah karena adanya objek transaksi yang nyata berupa produk halal, bonus diberikan berdasarkan hasil penjualan dan aktivitas kerja anggota, serta tidak semata-mata berasal dari perekrutan anggota baru. Selain itu, akad yang digunakan dalam praktik Moorlife juga mengandung unsur akad bai', ju'alah, dan wakalah bil ujrah yang diperbolehkan dalam Islam. Namun demikian, perusahaan tetap perlu menjaga transparansi dan keseimbangan sistem bonus agar tidak menimbulkan unsur gharar, dzulm, maupun praktik yang mendekati *money game*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam disampaikan agar tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusun skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Ibu Prof, Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si beserta Bapak-bapak Wakil Rektor, Bapak Dr. Afrinaldi, S.Sos.I.,MA, Bapak Prof. Dr. Iiz Izmuddin, MA, dan Bapak Dr. H. Edi Rosman, S.Ag.,M.Hum yang telah memberikan fasilitas kepada penulis selama menjalani pendidikan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Bapak Prof. Dr. H. Ismail M.Ag, beserta Bapak-bapak Wakil Dekan, Bapak Dr. Fauzan, M.Ag, Bapak Fajrul Wadi, S.Ag., M.Hum, dan Bapak Dr. H. Bustamar, S.Ag., MH, serta Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Ibu Afdilla Nisa, Lc, MA, yang telah memfasilitasi penulis dalam menjalani pendidikan dan bimbingan skripsi ini.

3. Pembimbing Skripsi penulis, Ibuk Dr. Sofia Ridha M.Ag yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Penasehat Akademik, Bapak H. Basri Na'ali, LC, M.Ag yang senantiasa memberikan arahan, bimbingan dan konsultasi kepada penulis selama menjalani masa studi.
5. Ibuk dan Bapak dosen Fakultas Syariah UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan ilmunya demi memperluas wawasan penulis terhadap ilmu pengetahuan pada umumnya dan disiplin ilmu hukum pada khususnya.
6. Pimpinan beserta staf perpustakaan yang telah mengizinkan penulis untuk mengakses buku-buku dan referensi yang dibutuhkan dalam mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pedagang grosir dan pedagang eceran yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga tercinta, orang tua ayahanda Masni dan Ibunda Delita Maryenil penulis terutama cinta pertama penulis ayahanda Masni, serta perjuangan ayah untuk putri pertamanya ini. Meskipun ayah tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namu dengan kerja keras pengorbanan, dan ketulusan ayah mampu mengantarkan putri ayah merasakan pendidikan sampai pada tahap ini dan saudara penulis Tora Zailatul Qodri, Aditya Ainnurachman dan Muhamad

Alif, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan yang tiada henti selama masa perkuliahan penulis.

8. Teruntuk sesorang yang tak kalah penting kehadirannya yang Namanya tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, dengan tulus mendampingi, menguatkan disaat penulis merasa Lelah dan ragu. termasuk dalam penulisan karya tulis ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skipsi ini.
9. Kepada teman-teman yang menemani hingga tahap akhir perkuliahan yang menjadi penyemangat penulis dalam perkuliahan yang seperjuangan dengan penulis dan selalu memberikan semangat, dan kepada seluruh yang telah ikut andil dalam menyelesaikan Skripsi ini.
10. Terakhir kepada Tesa Gustina Putri, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walau sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak leleah untuk mencoba. *God thank you for being me independent woman, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.*

Bukittinggi, 13 Mei 2026

Penulis

Tesa Gustina Putri
NIM. 1222.039

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING……

PENGESAHAN TIM PENGUJI……...

PERNYATAAN ORISIONALITAS……..

ABSTRAK……...

KATA PENGANTAR……

DAFTAR ISI……

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah……

B. Rumusan Masalah……

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian……

D. Tinjauan Kepustakaan dan Penelitian Terdahulu……..

E. Penjelasan Judul……

F. Metode Peneleitian……...

G. Sistematika Penulisan……...

BAB II JUAL BELI, JU'ALAH DAN WAKALAH

A. Jual Beli……

1. Pengertian Jual Beli……..

2. Dasar Hukum Jual Beli……

3. Rukun dan syarat Jual Beli……...

4. Macam-Macam Jual Beli……..

5. Bentuk-Bentuk Jual Beli Yang Diharamkan……

B. Ju'alah ……..

1. Pengertian Ju'alah……

2. Dasar Hukum Ju'alah……

3. Rukun dan Syarat Ju'alah……..

4. Batalnya Ju'alah……

C. Wakalah……

1. Pengertian Wakalah……...
2. Dasar Hukum Wakalah……..
3. Rukun dan syarat Wakalah……
4. Macam-Macam Wakalah……...
5. Yang Membatalkan Wakalah

BAB III FATWA DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 DAN MAKSUD BONUS MENURUT FATWA

A. Fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 (Isi Fatwa)……
B. Bonus Menurut Fatwa…….

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Profil Moorlife……
B. Pembagian Bonus Pada Produk Moorlife……...
C. Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pembagian Bonus Pada Produk Moorlife…….

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan……
B. Saran……..

DAFTAR PUSTAKA……

RIWAYAT HIDUP……

LAMPIRAN-LAMPIRAN……

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah konstruksi sosial yang tidak menjalani kehidupannya sendiri dan senantiasa bergantung pada orang lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan untuk membeli makanan, baik untuk keperluan pribadi maupun kebutuhan masyarakat umum.

Jual beli merupakan bagian dari kehidupan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia, dan setiap orang pasti pernah melakukan jual beli, baik dalam skala kecil maupun besar. Dalam Islam, jual beli memiliki kedudukan yang sangat penting dan mendasar dalam hukum syariah, yaitu sebagai komponen muamalah, yaitu ikatan sosial dan ekonomi antar individu yang harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip keadilan dan syariah.[1]

Jual beli terdiri dari dua kata: "jual" dan "beli". "Jual" berasal dari kata Arab "*al-Bay*" yang berarti menjual, sementara "beli" berasal dari "*al-Syira*" yang berarti membeli. Dalam konteks ini, "jual" mengacu pada penjualan barang atau jasa, sementara "beli" mengacu pada penjualan barang atau jasa yang dibayar tunai atau bentuk pembayaran lainnya. Komponen kunci dari kegiatan ekonomi adalah penjualan barang, di mana

[1] Muhammad Azani dkk, "*Pelaksanaan Transaksi Akad Jual Beli Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)".* Gagasan Hukum. Vol. 03 No.01, 2021, hal. 2

dua pihak terlibat dalam transaksi yang saling menguntungkan. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an An-Nisa: 29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya*: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta tetanggamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan jual beli yang disepakati bersama. Janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Ya, Allah benar-benar Maha Penyayang kepadamu.*[2]

Menurut kitab suci ini, persetujuan bersama merupakan syarat mutlak agar suatu transaksi dianggap sah dan sah. Setiap transaksi yang melibatkan konsumsi harta orang lain secara haram akan batal jika komponen ini tidak ada.

Frasa "cara yang salah" (bil batil) dalam Al-Qur'an mengacu pada tindakan yang tidak benar secara moral dan bertentangan dengan hukum Islam.

Jual beli yang diridhai Allah adalah jual beli yang didasarkan pada pengalihan harta untuk pertukaran yang sah, yaitu alat tukar yang diakui

[2] Dwi Agustin dkk, *"Konsep Dan Implementasi Akad Jual Beli Dalam Lembaga Keuangan Syariah: Memahami Pondasi Rukun Dan Syarat Yang MewujudkanKeadilan"*. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen. Vol. 3 No. 1, 2025, hal. 227-228

dalam perdagangan, dan didasarkan pada persetujuan bersama tanpa paksaan dari pihak lain.

Dalam konteks ini, "persetujuan bersama" mengacu pada transaksi yang dilakukan dengan sukarela, bebas dari tekanan, dan tanpa membahayakan pihak lain.

Namun, berbagai pendekatan pemasaran terus berinovasi seiring pesatnya perkembangan dunia bisnis. Pemasaran Bertingkat (MLM) merupakan salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan di masyarakat. Frasa ini menggambarkan struktur komersial di mana orang-orang yang mandiri, tanpa terikat kontrak kerja dengan perusahaan manajemen bisnis, memasarkan barang dan jasa. Mereka selalu membangun jaringan untuk mempromosikan barang dan jasa mereka. Setiap bulan, perusahaan menghitung komisi dan bonus berdasarkan hasil penjualan dari upaya individu dan jaringan mereka. Perusahaan ini didirikan atas dasar jaringan orang-orang yang saling merekrut. Bonus atau komisi diberikan berdasarkan target penjualan dan struktur jaringan yang dibangun.[3]

Secara etimologis, istilah *Multi Level Marketing* (MLM) mengacu pada suatu mekanisme pemasaran yang disusun dalam beberapa lapisan atau tingkatan, di mana setiap level memiliki peran dalam memperluas jaringan distribusi. Konsep ini berkembang sebagai salah satu strategi alternatif yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produk secara lebih efisien melalui perluasan jejaring konsumen yang sekaligus berfungsi sebagai

[3] Ahmad Sunarto, *Terjemahan Shahih Bukhari*, (Semarang: Asy Syifa', 1993), hal 616.

pemasar. Dalam praktiknya, sistem MLM memberikan kesempatan kepada para pelanggan yang kemudian disebut sebagai mitra atau anggota untuk

terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran maupun distribusi barang tanpa memerlukan campur tangan perusahaan secara intensif. Melalui mekanisme tersebut, perusahaan tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga mengalihkan sebagian fungsi penjualan kepada individu-individu yang berada dalam struktur jaringan tersebut. Model ini pada akhirnya menciptakan sebuah ekosistem pemasaran yang bersifat mandiri, di mana setiap partisipan dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan melalui aktivitas yang dilakukan pada tingkatnya masing-masing. Pendekatan berlapis ini juga menjadi ciri khas utama MLM, karena memadukan peran konsumen sebagai pengguna sekaligus penyebar informasi produk dalam satu sistem yang saling terhubung.[4]

18

Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) sebagai lembaga otoritatif yang secara resmi diakui oleh pemerintah Republik Indonesia, dan beranggotakan para ulama dari berbagai Organisasi Masyarakat Islam, telah menetapkan sebuah fatwa yang secara khusus membahas ketentuan halal dan haram terkait praktik usaha berbentuk *Multi Level Marketing* (MLM). Fatwa ini disusun melalui kajian mendalam terhadap mekanisme operasional MLM, termasuk pola pemasaran, sistem perekrutan anggota, serta cara pendistribusian keuntungan yang sering

[4] Andri Adriansyah, Sri Hidayanti, *Baisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fiqh Muamalah,* Jurnal Indragiri Vol. 4 No. 3 (September 2024) hal. 3

menjadi perdebatan di tengah masyarakat. Keberadaan fatwa tersebut berfungsi sebagai panduan normatif bagi umat Muslim agar mampu menilai apakah suatu perusahaan MLM menerapkan prinsip usaha yang sesuai dengan ajaran syariah. Dengan adanya pedoman ini, masyarakat diharapkan dapat lebih selektif dalam berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran berjenjang, sehingga tidak terjerumus dalam praktik yang mengandung unsur gharar, riba, penipuan, atau eksploitasi yang dilarang dalam hukum Islam. Fatwa ini sekaligus menegaskan peran DSN-MUI dalam memberikan kepastian hukum syariah bagi kegiatan ekonomi modern yang terus berkembang dan menghadirkan berbagai model bisnis baru.[5]

Perusahaan yang beroperasi dengan model *Multi Level Marketing* (MLM) tidak hanya berfokus pada kegiatan penjualan produk, tetapi juga membangun sistem pemasaran berjenjang yang menghasilkan berbagai bentuk kompensasi bagi para anggotanya. Dalam praktiknya, perusahaan MLM menawarkan imbalan berupa biaya pemasaran, bonus, maupun bentuk penghargaan lain yang nilainya ditentukan oleh level keanggotaan, capaian penjualan, serta posisi distributor dalam struktur jaringan. Dengan demikian, mekanisme kerja MLM bukan sekadar transaksi produk, melainkan sebuah rangkaian proses yang menekankan perluasan jaringan dan peningkatan performa individu. Para anggota diharapkan aktif merekrut peserta baru sekaligus memasarkan produk, sehingga tercipta sistem

[5] Fatwa DSN-MUI NO. 75/DSN MUI/VII/2009 Tentang *Multi Level Marketing* Diakses 29 November 2025

insentif yang bertingkat. Model semacam ini menjadikan setiap individu bukan hanya konsumen, tetapi juga sekaligus pelaku bisnis yang memiliki peluang memperoleh pendapatan tambahan. Oleh karena itu, sistem MLM berkembang sebagai bentuk kegiatan ekonomi yang memiliki karakter khas dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

Perusahaan MLM telah berkembang luas di berbagai negara, termasuk Indonesia, dan telah menjadi salah satu alternatif usaha yang digeluti sebagian masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyak individu yang bergabung dalam sistem ini karena melihat peluang untuk meningkatkan pendapatan serta memperoleh pengalaman berwirausaha. Tidak sedikit pula yang mengklaim berhasil mencapai kesuksesan melalui keterlibatan aktif dalam jaringan MLM tertentu. Salah satu perusahaan MLM yang belakangan cukup dikenal adalah Moorlife, sebuah bisnis penjualan langsung yang memasarkan produk buatan dalam negeri dengan penekanan pada kualitas dan keamanan penggunaan. Moorlife juga menegaskan komitmennya untuk berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup keluarga Indonesia melalui peluang usaha yang ditawarkannya. Keberadaan perusahaan ini memperlihatkan bahwa industri MLM dapat berfungsi sebagai wadah ekonomi kreatif yang melibatkan masyarakat dalam distribusi produk lokal.

Produk-produk Moorlife merupakan hasil produksi nasional yang telah mendapatkan pengakuan dari lembaga sertifikasi internasional terkait standar keamanan penggunaan bahan dan juga 100% food grade (sertifikasi

PDA). Produk tersebut diproduksi oleh perusahaan yang mengantongi sertifikasi sistem manajemen mutu internasional ISO 9001, sehingga memberikan jaminan kualitas kepada konsumennya. Ragam produk yang dipasarkan sangat beragam, mulai dari tempat penyimpanan makanan (Smart Storage), wadah minuman (Drink with Style), peralatan makan dan penyajian (Serving Collection), hingga peralatan memasak seperti Biochef Cookware dan Kitchen Queen. Selain itu, Moorlife juga memasarkan produk air minum Cleo sebagai bagian dari lini produknya, seperti gambar dibawah ini :

Gambar: 1



Gambar: 2



Produk Moorlife dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang aktif dan terus berubah. Dari wadah makan, botol minum, hingga perlengkapan rumah tangga, semuanya dibuat dengan standar tinggi, aman, praktis, dan bergaya modern. Setiap produk Moorlife tidak hanya dipakai, tetapi juga dapat membuat penggunanya merasa bangga.[6]

Keberagaman ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya menawarkan barang konsumsi sehari-hari, tetapi juga berusaha memenuhi kebutuhan rumah tangga modern dengan desain dan kualitas yang kompetitif. Keberhasilan produk lokal seperti ini menegaskan bahwa industri dalam negeri memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar yang lebih luas melalui dukungan sistem distribusi yang efektif.

Dalam sistem *Multi Level Marketing* Moorlife, calon anggota diwajibkan melakukan pendaftaran dengan mengisi data diri dan menyerahkan identitas resmi seperti KTP. Setelah proses administrasi, anggota baru harus membeli paket produk senilai Rp 1.035.000 sebagai

[6] Moorlife Katalog Edisi Juli 2025-Juni 2026 diakses 29 November 2025

langkah awal bergabung dalam jaringan pemasaran. Struktur MLM Moorlife terdiri atas beberapa jenjang, dimulai dari tingkat EP (Entrepreneur), di mana anggota akan memperoleh bonus sebesar Rp 128.000 untuk setiap satu rekrutan baru, di luar potongan pajak. Jenjang berikutnya adalah EP-L (Leader), yang dapat dicapai apabila anggota mampu merekrut sepuluh orang, dengan imbalan Rp 170.000 per rekrutan serta bonus tambahan dari katalog dan hasil penjualan anggota yang telah direkrut. Pada tahap selanjutnya, jenjang EP-M (Mastership) dapat dicapai jika dari sepuluh anggota tersebut, enam di antaranya berhasil naik menjadi Leader, dengan keuntungan sebesar Rp 195.000 per orang. Tingkatan tertinggi adalah distributor, di mana anggota memperoleh persentase keuntungan sebesar 5% dari pendapatan para leader yang berada di bawah jaringannya. Sistem bertingkat ini memberikan peluang pendapatan yang semakin besar seiring meningkatnya kapasitas anggota dalam membangun jaringan yang produktif.[7]

Berdasarkan pemaparan diatas penulis ingin mengkaji lebih dalam lagi tentang *Multi Level Marketing* pada pembagian bonus pada Moorlife dengan judul **Tinjau Fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Pembagian bonus pada bisnis MLM Produk Moorlife.**

4

[7] Wawancara Pribadi Dengan Saudari Sutri Maryani Selaku Salah Satu Mastership Pada Perusahaan Moorlife Pada Tanggal 25 September 2025

B. Rumusan Masalah

1. Bagaiaman Sistem Pembagian Bonus Multi Level Marketing Pada Produk Moorlife?
2. Bagaimana Pandangan Fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pembagian Bonus Pada Produuk Moorlife?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
    a. Untuk Menggambarkan Sistem pembagian bonus MultibLevel Marketing Pada produk Moorlife.
    b. Untuk Mennganalisa Sistem Pembagian bonus menurut Fatwa DSN-MUI N0. 75/DSN-MUI/VII/2009.
2. Manfaat Penelitian
    a. Untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu syari'ah UIN Bukittinggi Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah.
    b. untuk dijadikn sebagai salah satu landasan kepustakaan bagi penelitian-penelitian yang berkaitan dengan masalah ini.

D. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka merupakan uraian ringkas namun sistematis mengenai kajian atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian saat ini. Tujuan penyajian tinjauan pustaka adalah untuk menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan bukan merupakan pengulangan atau duplikasi

dari penelitian terdahulu, melainkan memiliki ruang kajian baru yang relevan untuk dikembangkan. Untuk menghindari adanya indikasi plagiasi, penulis memaparkan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan tema, namun tetap memiliki perbedaan konteks atau fokus pembahasan. Penjelasan mengenai penelitian terdahulu tersebut disampaikan sebagai berikut.

Skripsi yang ditulis oleh Azifatul Azifah (2021), mahasiswa IAIN Ponorogo dengan judul *"Tinjauan Fatwa DSN-MUI terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame"*, mengemukakan bahwa model pemasaran yang diterapkan oleh Oriflame belum sepenuhnya sejalan dengan ketentuan yang tercantum dalam Fatwa DSN-MUI. Dalam analisisnya, dijelaskan bahwa masih ditemukan adanya unsur *dzulm* atau praktik yang dianggap merugikan dan tidak adil. Unsur tersebut jelas bertentangan dengan prinsip syariah yang melarang keberadaan gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, serta bentuk kemaksiatan lainnya dalam kegiatan transaksi. Selain itu, Azifah menyoroti sistem hangus poin dalam struktur bonus Oriflame yang dinilai tidak selaras dengan ketentuan fatwa karena berpotensi menimbulkan eksploitasi serta ketimpangan antara anggota yang berhasil mencapai target dan anggota yang belum mampu memenuhi target penjualan. Temuan ini menegaskan bahwa tidak seluruh perusahaan MLM dapat secara otomatis

dianggap sesuai syariah tanpa adanya evaluasi mendalam terhadap mekanisme operasionalnya.[8]

Sementara itu, skripsi yang disusun oleh Irawati (2012), mahasiswa STAIN Pekalongan dan berjudul *"Multi Level Marketing"*, menyimpulkan bahwa perusahaan K-Link yang beroperasi di Indonesia telah memenuhi seluruh ketentuan syariah serta memperoleh sertifikat persetujuan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) No.75/VII/2009. Kesimpulan tersebut didukung oleh berbagai indikator, antara lain kejelasan dan legalitas produk yang dipasarkan, status keanggotaan perusahaan dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), adanya marketing plan yang disusun secara transparan, peluang pasar yang realistis, serta reputasi perusahaan yang dinilai baik. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa terdapat model bisnis MLM yang dapat dianggap sesuai syariah apabila memenuhi seluruh kriteria yang ditetapkan, termasuk keberadaan objek transaksi yang nyata dan mekanisme pemasaran yang tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam.[9]

Adapun penelitian Moh. Bahruddin (2011) berjudul *"Multi Level Marketing dalam Perspektif Hukum Islam"* menguraikan bagaimana sebuah bisnis MLM dapat dijalankan secara benar menurut ketentuan syariat. Penelitian ini menegaskan bahwa sistem MLM harus terbebas dari unsur-unsur *maghrib*, yang meliputi maysir, gharar, riba, serta berbagai elemen

[8] Azifatu Azifah, *Tinjau Fatwa DSN MUI Terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame,* Skripsi 2021

[9] Irawati, *Multi Level Markwting (MLM),*Skripsi 2012

terlarang lainnya. Oleh karena itu, setiap produk atau jasa yang dipasarkan harus memiliki status halal dan tidak mengandung unsur syubhat, sementara mekanisme penjualannya wajib berpegang pada asas kejelasan, keadilan, serta transparansi sebagaimana dituntut oleh hukum Islam. Kajian ini memperlihatkan bahwa prinsip syariah merupakan fondasi utama dalam menentukan keabsahan sebuah model bisnis MLM.[10]

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menempatkan perhatian pada aspek yang lebih khusus, yaitu mekanisme pembagian bonus dalam sistem *Multi Level Marketing* yang diterapkan pada produk Moorlife. Fokus kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru yang membedakan penelitian ini dari studi sebelumnya, terutama dalam menilai kesesuaian sistem bonus MLM Moorlife dengan ketentuan yang diatur dalam hukum syariah.

E. Penjelasan Judul

Penulis memandang perlu memberikan penjelasan mengenai istilah-istilah yang terdapat dalam judul proposal skripsi ini, agar memudahkan pembaca memahami konteks penelitian sebagaimana telah diuraikan pada bagian latar belakang masalah. Penjelasan ini sekaligus dimaksudkan untuk menyamakan persepsi antara penulis dan pembaca, sehingga tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap istilah kunci yang digunakan. Adapun penjelasan tersebut dijabarkan sebagai berikut.

[10] Moh. Bahruddin, *Multi Level Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam,* Skripsi 2011

Tinjauan pustaka merupakan rangkaian kegiatan telaah secara singkat, terstruktur, dan sistematis terhadap kerangka teoretis, kerangka pemikiran, temuan penelitian, asumsi dasar, prinsip-prinsip ilmiah, serta berbagai konsep yang relevan. Kegiatan ini melibatkan proses mencari, membaca, menelaah, dan menginterpretasikan, tinjauan pustaka sebagai sebuah metode penelitian perlu dilakukan dengan langkah yang tepat agar hasilnya akurat, relevan, dan dapat dipercaya, sumber-sumber ilmiah seperti laporan penelitian, buku referensi, jurnal, maupun literatur lain yang memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang dikaji. Melalui tinjauan pustaka, peneliti memperoleh dasar teori yang kuat serta pijakan konseptual yang diperlukan untuk membangun arah penelitian.[11]

Fatwa DSN-MUI memuat pedoman terkait kriteria perusahaan maupun praktik jual beli yang dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa terdapat dua belas persyaratan yang wajib dipenuhi oleh setiap perusahaan yang menerapkan sistem *Multi Level Marketing* agar dapat dinyatakan selaras dengan ketentuan hukum Islam. Seluruh persyaratan ini disusun berdasarkan landasan syariat, yang menekankan bahwa objek transaksi harus jelas keberadaannya, berupa barang atau jasa yang nyata, serta memiliki status kehalalan yang tidak diragukan. Selain itu, transaksi yang dijalankan dalam sistem MLM tidak boleh mengandung elemen-elemen terlarang seperti

[11] Snyder, H. (2019). *Literature Review As A research Metodology: An Overview And Guidekines*. Jurnal Of Business Research, Vol. 104, hal 333

gharar, maysir, riba, dharar, tindakan zhalim, maupun bentuk kemaksiatan lainnya yang dapat menimbulkan ketidakadilan atau kerugian bagi pihak tertentu. Fatwa tersebut juga memberikan penegasan khusus bahwa praktik *money game* sama sekali tidak dibenarkan, terutama apabila suatu perusahaan mengklaim bahwa sistem MLM yang digunakan berlandaskan prinsip syariah. Dengan demikian, fatwa ini berfungsi sebagai acuan penting dalam menilai integritas dan kepatuhan syariah dari setiap model bisnis pemasaran berjenjang yang berkembang di masyarakat.[12]

Bonus merupakan bentuk imbalan tambahan yang diberikan kepada pekerja atas kinerja yang melebihi standar minimum yang dipersyaratkan oleh perusahaan, di luar gaji pokok yang mereka terima. Bonus dapat muncul sebagai bentuk penghargaan atas efisiensi kerja, misalnya ketika karyawan mampu menyelesaikan tugasnya lebih cepat atau menghasilkan output lebih tinggi. Dalam praktiknya, bonus biasanya dihitung berdasarkan tarif tertentu per unit produksi atau pencapaian. Selain sebagai dorongan motivasi, bonus juga berfungsi sebagai kompensasi yang bertujuan mencapai target organisasi serta mengapresiasi komitmen tenaga kerja terhadap perusahaan.[13]

Multi Level Marketing merupakan suatu strategi pemasaran di mana tenaga penjual tidak hanya memperoleh kompensasi dari hasil penjualan pribadi, tetapi juga mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukan oleh

[12] Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009, Tentang Multi Level Marketing

[13] Nisarani Daeli, *Dampak Pemberian Bonus Terhadap Kinerja Karyawan di CV. Tumiran,* Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol. 6 No. 3 (2024) hal 256

tenaga penjual lain yang mereka rekrut. Anggota yang direkrut tersebut biasanya disebut sebagai *downline*, sedangkan perekrutnya disebut *upline*. Dalam konteks yang lebih luas, MLM sering disebut dengan istilah penjualan piramida, pemasaran jaringan, ataupun pemasaran berantai. Sistem ini menekankan perluasan jaringan pemasaran melalui perekrutan anggota baru yang kemudian turut memasarkan produk perusahaan.[14]

Moorlife adalah perusahaan yang memasarkan berbagai produk berkualitas hasil karya anak bangsa, dengan tujuan mendukung kehidupan keluarga agar lebih sejahtera. Melalui model penjualan langsung (*direct selling*), Moorlife membangun jaringan bisnis yang terus berkembang yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Moorlife merupakan merek lokal yang memproduksi dan menjual peralatan rumah tangga premium seperti wadah makan dan botol minum, yang seluruhnya dibuat di Indonesia. Setiap produk dibuat dengan standar tinggi, aman digunakan, tahan lama, dan dilengkapi garansi seumur hidup.[15]

F. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah proses penyelidikan terhadap suatu masalah dengan menggunakan langkah ilmiah secara sistematis dan objektif untuk mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data guna memperoleh

[14] Gazali, *Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah,* Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman Vol. 13 No. 2 (2018) hal 17

[15] Moorlife.id, Dalam https://moorlife.id, Diunduh 25 November 2025

kesimpulan yang bermanfaat bagi pemecahan masalah dan pengembangan pengetahuan.[16]

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah metode penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian kepustakaan adalah sebuah metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan informasi dan data dari berbagai sumber tertulis, seperti: buku teks, artikel ilmiah, jurnal penelitian, laporan penelitian, tesis, disertasi dan sumber online terpercaya. Penelitian kepustakaan merupakan metode penelitian yang valuable dalam ilmu pendidikan yang dapat membantu peneliti untuk memahami topik penelitian, mengembangkan pertanyaan penelitian, menganalisisdata, dan menarik kesimpulan yang valid.[17] menghasilkan kesimpulan yang relevan dengan fokus kajian. Meskipun berbasis penelitian kepustakaan, penulis juga melengkapi analisis dengan data lapangan melalui wawancara dan dokumentasi. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk memperkuat pemahaman teoretis serta memberikan landasan konseptual yang mendukung pembahasan mengenai praktik bisnis *Multi Level Marketing* yang menjadi objek kajian.

[16] Rifa'i Abubakar, Pengantar Metodologi Penelitian, SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, vol. 1 (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), 2.

[17] Milya Sari and Asmendri Asmendri, "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA," Natural Science6, no. 1 (2020), https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555.

2. Sumber Data

Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), yang memiliki kewenangan resmi dan diakui oleh pemerintah Republik Indonesia serta terdiri dari para ulama yang mewakili berbagai Organisasi Masyarakat Islam, telah mengeluarkan sebuah fatwa yang secara rinci mengatur ketentuan kehalalan maupun keharaman praktik usaha dengan model *Multi Level Marketing* (MLM). Penetapan fatwa ini merupakan hasil dari proses kajian ilmiah yang komprehensif terhadap seluruh aspek operasional MLM, mulai dari metode pemasaran yang digunakan, mekanisme perekrutan anggota baru, hingga sistem distribusi bonus dan keuntungan yang kerap menimbulkan kontroversi di masyarakat. Dengan diterbitkannya fatwa tersebut, DSN-MUI menyediakan landasan normatif bagi umat Muslim agar dapat menilai dan memastikan sejauh mana aktivitas MLM suatu perusahaan sejalan dengan prinsip syariah. Kehadiran panduan ini juga diharapkan mendorong masyarakat untuk bersikap lebih kritis dan berhati-hati ketika terlibat dalam kegiatan pemasaran berjenjang, sehingga terhindar dari unsur-unsur yang dilarang seperti gharar, riba, penipuan, ataupun bentuk pemanfaatan yang tidak adil. Fatwa tersebut sekaligus mempertegas komitmen DSN-MUI dalam memberikan kepastian hukum syariah terhadap perkembangan aktivitas ekonomi kontemporer yang menghadirkan berbagai model bisnis baru di tengah dinamika masyarakat modern.[18]

[18] Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Askara, 1996), hal 143.

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan studi kepustakaan dengan memanfaatkan beragam sumber seperti buku-buku ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, serta informasi dari internet yang relevan dengan pembahasan. Data sekunder ini berfungsi untuk memberikan landasan teoritis dan memperluas perspektif mengenai praktik bisnis *Multi Level Marketing* yang menjadi fokus kajian.[19] Dengan menggabungkan kedua jenis data tersebut, penelitian ini berupaya menghasilkan analisis yang lebih komprehensif, baik dari sisi teori maupun realitas lapangan. Pendekatan ini juga memastikan bahwa pembahasan yang disajikan memiliki dasar ilmiah yang kuat serta mampu menjawab permasalahan penelitian secara sistematis.

3. Teknik Penelitian Data

Berdasarkan sumber data yang penulis kemukakan sebelumnya maka metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dengan tatacara sebagai berikut:

a. Pengamatan (Observasi) Merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian.[20]
b. Dokumentasi merupakan teknik pembangkitan/pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi

[19] Situmorang, Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis, 6.

[20] Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam 1, no. 2 (2023) 4

terhadap objek penelitian terutama dokumen yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti.[21]

c. Studi Literatur Digital memanfaatkan pangkalahn data jurnal ilmiah, ensiklopedia online, dan buku digital untuk memeperoleh data yang relevan secara terpercaya.
d. Analisi Tematik Yaitu mengelompokan data berdasarkan tema-tema tertentu yang relevan dengan topik penelitian.

4. Teknik Analisa Data

Data-data yang telah penulis dapatkan selanjutnya akan dilakukan pengolahan dan analisis data dengan tahap-tahap sebagai berikut:

a. Analisis isi (content analysis) yaitu untuk mendapatkan Kesimpulan deengan menemukan karakteristik atau makna dari materi yang ada dalam jurnal, buku dan karya ilmiah.
b. Analisis Deskriptif mengammbarkan hasil yang ditemukan secara koprehensif berdasatkan studi literarur.
c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi. Kesimpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Pada dasarnya makna data harus diuji validitasnya supaya kesimpulan penelitian menjadi lebih kokoh dan lebih bisa dipercaya.[22]

[21] Sirajuddin Saleh, Mengenal Penelitian Kualitatif Panduan Bagi Peneliti Pemula (Gowa: Agma, 2023) 60-61.

[22] Dameria Sinaga, Metodelogi Penelitian (Penelitian Kualitatif), Jakarta (UKI Press, 2023), 54-55.

G. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang dimulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup. Berikut ini penulis memberikan gambaran umum mengenai sistematika penulisan skripsi ini.

Bab I pendahuluan. Bagian pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan kepustakaan dan penelitian terdahulu, penjelasan judul serta definisi operasional, metode penelitian, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan.

Bab II berisi pembahasan mengenai konsep dasar syirkah sebagai bentuk kerja sama usaha dalam hukum Islam. Bab ini dimulai dengan penjelasan mengenai pengertian jual beli, dilanjutkan dengan syarat penjual dan pembeli, syarat barang yang diperjual belikan, syarat ijab Kabul, jeni-jenis akad dalam jual beli, hal-hal yang membatalkan jual beli. Bab ini juga menjelaskan tentan pengertian ju'alah, dasar hukum ju'alah, ruku-rukun ju'alah, serta ketentuan akad ju'alah dan dalam bab ini juga menjelaskan pengertian wakalah, rukun wakalah, syarat sah wakalah, jenis-jenis wakalah,

Bab III membahas teori-teori mengenai fatwa DSN-MUI (isi fatwa), bab ini juga menjelaskan tentang pandangan fatwa tentang bonus.

Bab IV merupakan inti dari penelitian yang memuat hasil temuan lapangan beserta analisisnya. Pembahasan diawali dengan monografi tentang moorlife (MLM). Selanjutnya diuraikan tentang bonus, pembagian

bonus, serta cara mendapatkan bonus,dan bagaimana tinjauan fatwa DSN-MUI NO.75/2009. Penulis kemudian juga menganalisis/menilai bagaimana pembagian bonus pada produk moorlife apakah sudah sesuai denga nisi dari fatwa DSN-MUI NO.75/2009 tentang *Multi Level Marketing*.

Bab V penutup. Penelitian ini akan ditutup dengan kesimpulan dan saransaran dari penulis yang akan penulis tuangkan pada bab V.

44

BAB II

JUAL BELI, JU'ALAH DAN WAKALAH

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Menurut bahasa jual beli dikenal dengan kata bai', yang secara harfiah menggambarkan tindakan menerima sesuatu dengan memberikan sesuatu sebagai gantinya. Secara etimologis, bai' berasal dari akar kata baa, yang bermakna "depa" atau rentangan tangan.[1] Jual beli dalam arti umum adalah tukar menukar harta dengan harta lain dengan cara dan aturan khusus yang berlaku. Harta yang dimaksud Adalah sesuatu yang disukai oleh manusia secara fitrah dan bisa diambil manfaatnya Ketika dibutuhkan. Oleh karena itu, disebut harta jika bisa diambil manfaatnya, dan manfaat tersebut dibolehkan secara sayr'i. harta yang dimaksud bisa berupa komoditas/barang, bisa juga berupa uang. Dari definisi ini bisa dimungkinkan adanya tukar menukar barang dengan barang, uang dengan uang, atau barang dengan barang,

Ulama madzhab Maliki, Syafi'i dan Hambali memberikan pengertian, jual beli Adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan. Definisi ini menekankan pada aspek milik pemilikan untuk membedakan dengan tukar menukar harta atau barang yang tidak mempunyai akibat milik kepemilikan, seperti

[1] Shofiatul Jannah Dkk, *"Fqih Muamalah"*, (Kolam Janiah, Nagari Kudu Ganting Kec. V Koto Timur, Kabupaten Padang Pariaman: Lingkar Edukasi Indonesia, 2025), 91

sewa-menyewa. Demikian juga harta yang dimaksud adalah harta dalam pengertian luas, bisa barang dan bisa uang. Berdasarkan penjelasan di atas perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan dalam satu kegiatan, yaitu pihak penjual dan pembeli. Maka dalam hal ini terjadilah transaksi jual beli yang mendatangkan akibat hukum jual beli dalam Islam telah ditentukan baik berdasarkan al-Qur'an maupun As-Sunnah. Jual beli merupakan akad yang diperbolehkan, hal ini berlandaskan atas dalil-dalil yang terdapat dalam al-Qur'an, As-Sunnah ataupun Ijma" ulama.[2]

Menurut Al-Imam An-Namawi dan Kitab Al-Majmu'syarah Muhddaz, bahwa jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta lain yang berdampak kepada adanya kepemilikan, menurut Ahmad Sarawat, jual beli Adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling memerlukan". Menurt Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama' Indonesia (DSN-MUI), akad jual beli Adalah akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan (barang dan harga).[3]

Berdasarkan definisi diatas, bisa disimpulkan bahwa jual beli secara umum Adalah akad atau transaksi tukar menukar harta (berupa barang

[2] Tititn Mrtini Harahap, Lubis Sakban, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli*. Jurnal Pendiddikan Agama Islam (JURPAI). Vol. 1 no. 1 (2025) hal 19

[3] Muhamad Daerobi, Galih Bimantara, *Jual Beli Dalam Hukum Islam,* Jurnal Ilmu Hukum Universitas Pakuan Vol. 9 no. 2 (2025) hal 24114-24122

atau uang) dengan harta lain yang berdampak pada adanya pelepasan kepemilikan dan kepemilikan baru bagi masing masing pihak. Gambarannya ada seseorang menjual HP dengan harga 2 juta, lalu ada orang lain yang membelinya dengan memberikan uang 2 juta. Pada contoh ini telah terjadi proses jual beli Dimana penjual hp memberikan hp yang dijual kepada pembeli, lalu pemberi memberikan uang 2 juta kepada penjual. Dampak dari proses transaksi jual beli ini penjual melepaskepemilikan HP miliknya dan mendapatkan kepemilikan baru berupa uang 2 juta, sedangkan pembeli melepas kepemilikan uang 2 juta dan mendapatkan kepemilikan baru berupa HP.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan praktek muamalah yang diperbolehkan oleh agama, hal ini didasarkan pada Al-Qur'an, Hadist dan ijma'

1. Al- Qur'an

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبٰوا لَا يَقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ مِنَ الْمَسِّۗ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْٓا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبٰواۘ وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah lantaran mereka berkata (berpendapat) sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya terserah kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."(QS. Al-Baqarah:275)

Ayat ini menegaskan bahwa **Allah menghalalkan jual beli (al-bai') dan mengharamkan riba**. Artinya, transaksi jual beli diperbolehkan dalam Islam selama dilakukan secara wajar dan sesuai dengan prinsip syariah, seperti adanya kerelaan antara kedua pihak, kejelasan barang, serta tidak mengandung unsur penipuan.[4]

Selanjutnya QS. An-nisa' ayat 29:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

ayat tersebut dijelaskan bahwasanya allah telah menetapkan hukum memakan harta milik orang lain secara batil merupakan tindakan yang tercela dan haram dilaksanakan contohnya seperti tindakan tercela lainnya yang merugikan sesama manusia. Kecuali, apabila saling memiliki harta tersebut dengan cara yang benar atas dasar saling ridho dan saling menguntungkan[5]

[4] Fageh.2023. *Jual Beli Dalam Prespektif Al Qur'an Dan Hadits*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. UIN Sunan Ampel Surabaya. Vol.9 No.2.

[5] Afifah Nur Aida, *Jual Beli Yang Sah Menurut Islam: Ayat Al-Qur'an Dan Hadist Sebagai Pedoman.* Jurnal Manajemen Bisnis Syariah. Vol. 1 no. 2 (2024) hal 4

2. Hadist

Dari hadist rasulullah yang diriwayat kan oleh (HR. Bazar dan dinilai shahih oleh Hakim).

17 عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِأَطْيَبُ ؟ قَالَ

. (عَمَلِ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ) رَوَاهُ الْبَزَّارُ ،وَصَحَّحَهُ الحَاكِمُ

"Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. bahwasanya Nabi SAW ditanya: Pencaharian apakah yang paling baik? Beliau menjawab: ialah yang bekerja dengan tangannya sendiri dan tiap-tiap jual beli yang baik". (HR. Bazar dan dinilai shahih oleh Hakim).

Hadits ini menunjukkan bahwa sesungguhnya allah menghalalkan transaksi jual beli dan mengharamkan adanya kelebihan-kelebihan dalam pembayaran. Kehalalan itu akan membuat profesi berdagang adalah pekerjaan yang paling baik. Namun sebaliknya, apabila kita melakukan transaksi yang haram (riba, penipuan, pemalsuan dan lain sebagainya), hal ini termasuk ke dalam kategori memakan harta manusia secara bathil.[6]

Selanjutnya sabda nabi SAW:

30 عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رض عَنِ النَّبِيّ ص م قَالَ لاَ يَخْتَرَ قَنَّ اثْنَانِ إِ لاَّ عَن تَرَاض(روه ابوداود و التر

مذى)

"Dari Abi Hurairah R.A dari Nabi SAW bersabda: janganlah dua orang yang berjual beli berpisah, sebelum saling meridhai". (Riwayat Abu Daud dan Tirmidzi).

[6] Robbani, B. (2023). *Kajian Tentang Konsep Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadist.*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam,9(2), 2047-2051.

Hadits ini membukti bahwa dalam melaksanakan jual beli keridhaan selalu dituntut. Dari dalil Al-Quran dan Hadits ini dapat kita tarik kesimpulan bahwa jual beli hukumnya adalah boleh dengan ketentuan harus suka sama suka dan tidak saling menzhalimi[7]

3. Ijma'

Para ulama telah berijma' bahwa jual beli (al-bai') pada dasarnya hukumnya boleh (mubah) karena merupakan kebutuhan manusia, selama dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan penipuan

Selain hukum mubah, hukum jual beli bisa berubah menjadi wajib, sunnah, makruh, dan haram tergantung pada kondisi yang ada. Hukum jual beli menjadi wajib jika seseorang berada dalam keadaan lapar dan kehilangan nyawa bisa menjadi nyata, sedangkan tidak ad acara lain untuk mendapatkan makan dan minum kecuali dengan cara membli. Maka dalam konteks ini jual beli hukumnya wajib.Hukum jual beli menjadi sunnah jika kondisinya mengantarkan pada kesunnahan. Semisal ada seseorang penjual yang telah berkeliling menjajakan dagangannya, akan tetapi hasil yang didapatkan masih sedikit padahal kebutuhan keuangannya begitu banyak. Pada kondisi seperti ini, seseorang disunnahkan untuk membeli dengan niat ingin melariskan dagangannya walaupun dia tidak terlalu membutuhkan.Hukum jual beli bisa makruh jika objek barang, yang mau

[7] Shobirin, S. (2016). *Jual beli dalam pandangan Islam.BISNIS*: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam,3(2), 239-261

dibeli berupa komoditas yang dimakruhkan untuk dibeli. Hukum jual beli menjadi haram jika objek barang yang mau dibeli berupa komoditas yang haram dijual, seperti jual beli narkoba.[8]

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

1. Rukun Jual Beli

Secara bahasa, rukun merupakan sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu perbuatan atau aktivitas dinyatakan sah. Dalam pandangan Muhammad Amin Suma, istilah rukun berasal dari bahasa Arab rukn (jamaknya arkan), yang secara literal berarti tiang, penopang, kekuatan, landasan, atau unsur utama dari sesuatu. Dalam istilah, rukun diartikan sebagai bagian yang keberadaannya menjadi dasar bagi eksistensi suatu hal, di mana sesuatu itu tidak akan ada tanpa keberadaan rukun tersebut. Rukun bukan sekadar pendukung, tetapi elemen yang melekat pada suatu aktivitas. [9] Dalam jual beli harus memenuhi 3 rukun, yaitu:

a. Penjual dan pembeli (‘aqid), Penjual boleh perorangan, Lembaga atau badan usaha. Pihak pembeli juga boleh perorangan, Lembaga atau badan usaha.

b. Benda dan alat penukaran (ma’qud ‘alaih) yang diperjual belikan/ objek, Benda yang diperjual belikan harus memenuhi persyaratan sebagaimana telah dibahas sebelumnya. Alat penukaran dapat berupa uang atau benda lain yang sudah disepakati Bersama bentuk atau harganya

[8] Galih Bimantara, Fadel Muhammad, *Juala Beli Dalam Hkum Islam.* Jurnal Pendidikan Tambusai, Vol. 9 no. 2 (2025) hal 114

[9] Fauziyah Hashifa Nida, J. Juliana, *Konsep Jual Beli Dalam Islam: Pnduan Praktis Untuk Transaksi Yang Sesuai Syariah.* Jurnal Ekonomi dan Keuangan vol 2 no 3 (2023) hal 11

c. Ijab qabul (Sighat ‘Aqid), ijab adalah perkataan penjual untuk menjual barangnya, umpamanya saja jual barang ini sekian. Qabul adalah perkataan pembeli untuk membeli barang yang dimaksud, misalnya: saya terima (saya beli) dengan harga sekian. Selain dengan perkataan penyerahan dan penerimaan, ijab qabul dapat juga berbentuk tulisan seperti faktur kuitansi dan yang sejenisnya. [10]

2. Syarat-syarat Jual Beli

Syarat jual beli adalah ketentuan atau kriteria yang wajib dipenuhi oleh penjual, pembeli, barang, dan ijab kabul agar transaksi sah menurut syariat Islam atau hukum hukum yang berlaku. Wahbah Az-Zuhaili menjelaskan syarat- syarat jual beli, yaitu:[11]

a. Adanya kejelasan maksud dari kedua belah pihak. Artinya ijab dan qabul jelas menunjukkan maksud dari kedua pengakad ketika mengucapkan lafazh ijab dan qabul. Apabila tidak diketahui secara pasti bahwa kedua yang berakad menginginkan satu jenis akad tertentu, jelas tidak mungkin untuk menuntut keduanya berkomitmen terhadap hukum-hukum yang berkenaan dengan akad tersebut.

b. Adanya kesesuaian antara ijab dan qabul dalam hal objek dan harga.[12] Maksudnya, apa yang diucapkan atau yang diutarakan oleh pihak pertama (ijab), dijawab oleh pihak kedua dengan maksud yang

[10] Lubis, Suhrawardi K., Farid Wajadi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012

[11] Gani Dzakwan, *Peranan Al- Qur’an dan Hadits sebagai Sumber Hukum Dalam Jual Beli.* Jurnal Islamic Education. Vol 3 no. 2 (2024) hal 84

[12] Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal 55.

diinginkan oleh pihak pertama. Apabila jawabannya bertolak belakang atau tidak sesuai dengan maksud dari pihak pertama, maka akad menjadi batal.

c. Adanya pertemuan antara ijab dan qabul. Maksudnya, penjual dan pembeli berada dalam majlis yang sama atau tidakpun dalam satu majlis, yang terpenting pihak yang tidak berada di majlis mengetahui dengan jelas maksud dari ijab[13]

4. Macam-macam Jual Beli

a. Jual Beli Murabahah Adalah jual beli dimana penjual menjual barang dengan menyebutkan harga perolehan ditambah berapa keuntungan yang telah disepakati Bersama pembeli. Pembayaran dalam akad ini bisa dilakukan secara tunai, cicilan, atau ditangguhkan.[14] Contohnya bentuk murabahah ini dilakukan atas dasar pesanan pembeli. Dalam hal ini terdapat tiga pihak yang terlibat: pemesan barang (nasabah), penjual (lembaga keuangan syariah atau LKS), dan pemasok barang (supplier), LKS tidak menyimpan stok barang; mereka akan membeli barang dari supplier hanya setelah ada permintaan dari nasabah. Dengan demikian, LKS bertindak sebagai perantara antara nasabah dan supplier dalam skema murabahah ini

b. Jual Beli Salam Adalah jual beli di mana pembeli memesan barang kepada penjual dengan ketentuan yang telah disepakati di awal. Dalam

[13] Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 12, Alih Bahasa H. Kamaluddin A. Marzuki*, (Bandung: PT. Al Ma'arif, 1987), hal. 46.

[14] Fakhri Rakhman, A., & Atipah, N. *Jual Beli Al-Murabahah*. Tashdiq: Jurnal Kajian Agama dan Dakwah. Vol 3 no 4 (2025) hal 14

transaksi ini, spesifikasi barang dan harganya harus jelas sejak awal akad, dan pembayaran dilakukan secara penuh di muka. Contohnya Seorang pedagang (pembeli) membeli 5 ton jagung dari seorang petani dengan harga Rp20 juta. Pembayaran dilakukan lunas saat akad, dan jagung akan diserahkan 3 bulan kemudian saat panen. [15]

c. Jual Beli Istishna' Adalah jual beli barang dan jasa dalam bentuk pemesanan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakatiantara penjual dan pembeli. Contohnya Seseorang memesan satu set kursi tamu ukir jati ke pengrajin kayu dengan ukuran dan warna khusus. Pembeli membayar uang muka (DP) di awal dan pelunasan dilakukan saat furniture selesai dan diserahkan.[16]

d. Jual Beli Muqayadah Adalah jual beli yang dilakukan dengan cara tukar menukar barang dengan barang. Contohnya Seorang petani menukar 10 kg beras miliknya dengan 5 kg gandum milik tetangganya[17]

5. Bentuk-bentuk Jual Beli Yang Diharamkan

a. Riba, Secara bahasa, riba bermakna tambahan atau kelebihan. Dalam pengertian istilah, riba merupakan praktik yang tegas dilarang dalam Islam karena dipandang sebagai bentuk pemanfaatan yang tidak adil, yakni memperoleh keuntungan tanpa menanggung risiko. Contohnya

[15] Sapitri Bila Aisyah, Bela Vera Chintia, Sunarti Gustiya, *Ijma'Dan Qiyas Sebagai Sumber Hukum Ekonomi Syariah,* Jurnal Studi Islam Di Indonesia. Vol. 3 no. 2 (2025) hal 215

[16] Jannah Zahratul, Meiroza, *Akad Dalam Jual Beli: Akad Murabhah, Istishna, dan Salam.* Hidayah: Cendekiya Pendidikan Islam Dan dan Hukum Ekonomi Syariah. Vol 2 no. 2 (2025) hal 227-242

[17] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah,* cet.II, Jakarta: Gaya Media Prtama, 2007 M/1472 H.

Menukar emas 10 gram dengan emas 12 gram, atau menukar emas secara tidak tunai (cicil). [18]

b. Gharar Adalah Transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian, ambiguitas, atau risiko yang berlebihan pada objek, kualitas, harga, atau waktu penyerahan barang. Contohnya Menjual janin hewan yang masih dalam perut induknya atau menjual ikan yang masih di laut.[19]

c. Tadlis/Penipuan Adalah tindakan salah satu pihak yang menyembunyikan informasi atau memalsukan kondisi barang untuk menipu pihak lain agar transaksi terjadi. Contohnya Penjual buah menyusun buah yang busuk di bagian bawah dan buah yang bagus di bagian atas (tumpukan) agar terlihat bagus semua.[20]

d. Maysir Adalah Segala jenis transaksi yang keuntungannya didasarkan pada spekulasi (untung-untungan) dan mengakibatkan salah satu pihak untung besar sementara pihak lain rugi, tanpa adanya pertukaran barang/jasa yang jelas. Contohnya Membeli tiket undian yang berhadiah uang, di mana uang dari tiket digunakan untuk hadiah.[21]

---

[18] Arif Maimun, Elviani, *Riba Dan Jual Beli Dalam Ekonomi Islam,* Jurnal Akutansi, Manajemen dan Ekonomi Syariah, Vol. 1 no. 2 (2025) hal 134

[19] Fazda Fikri Ibnu, Fadil, Hidayah Fatmah Taufik, *Fiqh Muamalah Sebagai Solusi Menghadapi Praktik Riba Dan Gharar,* ndonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory, Vol. 2, No 4 (2024) hal 2618

[20] Sula, M. Syakir, Asuransi Syariah, konsep dan sistem operasional, Jakarta, Gema Insani, 2004

[21] Khair Fathul, Hsri Muammar, Abdul Majid Suleman, *Eksistensi Maysir Di Kabupaten Gorontalo.* Jurnal Al- Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, dan Hukum ekonomi. Vol. 5 no. 2 (2025) hal 330

B. Ju'alah

1. Pengertian Ju'alah

Secara etimologis, ju'alah adalah Apa saja yang dijadikan untuk upah atau risywah (sogokan). Menurut Kamus Al-Bisri, kalimat al Ju'alah berarti hadiah/persen dan juga berarti komisi. Al-Jualah adalah apa saja yang dijadikan (imbalan) kepada seseorang atas suatu pekerjaan atau apapun yang diberikan kepada seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu. Menurut undang-undang, hal ini disebut perjanjian tukar menukar hadiah. Menurut Sayid Sabiq, al Ju'alah Adalah akad manfaat yang mensyaratkan imbalan yang dijanjikan atas pekerjaan tersebut. Secara umum al Ju'alah Adalah suatu perjanjian imbalan atas suatu pekerjaan atau pekerjaan tertentu yang tidak diketahui apakah dapat dilaksanakan atau tidak. Apabila pekerjaannya bersifat tunai dan memenuhi syarat, maka janji imbalan merupakan hal yang lumrah/wajib.[22] Tetapi apabila pelaksanaan ju'alah apabila tanpa adanya perkataan/lafal dari orang yang menjanjikan pekerjaan dan memberikan izin kepada orang yang bekerja maka bagi orang yang bekerja tidak mendapatkan hak untuk memperoleh imbalan apabila barang tersebut ditemukan, dengan demikian harus terdapat 2 pihak yang melakukan akad ju'alah yakni pertama orang yang menyediakan pekerjaan atau sayembara (Ja'il) disyaratkan orang tersebut

[22] Sumirti, Nuraeni Nani, *Akad Ijarah Dan Ju'alah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Indonesia,* Jurnal Hukum Ekonomi syariah. Vol. 4 no. 2 (2022) hal 192

tergolong mukallaf, kedua orang yang secara sukaarela melasanakan pekerjaan atau sayembara tersebut (amil).[23]

madzab Hanafiyah, dengan alasan didalamnya terdapat unsur gharar yakni tidak jelasanya pekerjaan dan jangka waktu yang ditentukan. Sedangkan pendapat madzab Maliki, Hambali, dan Syafi'i, memperbolehkan akad Ju'alah hal ini berdasarkan kisah Nabi Yusuf dan para saudaranya[24] Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa para ulama memiliki perbedaan pendapat berhubungan dengan hukum ju'alah ini, sebagian besar para ulama memiliki pendapat bahwa ju'alah itu hukumnya adalah boleh, dan sebagian kecil lainnya para ulama justru mengharamkannya. Adapun beberapa ulama yang membolehkan akad ju'alah terdiri dari ulama dari yang bermadzhab Syafi'i, Mâliki dan juga Hambali. Sedangkan sebagian ulama yang mengharamkan akad ju'alah yaitu yang berasala dari kelompok Hanafiah.[25]

2. Dasar Hukum Ju'alah

Para fuqaha sepakat bahwa hukum ju'alah adalah mubah, disebabkan manfaatnya yang dapat dirasakan dalam oleh manusia dalam kehidupannya, seperti orang yang tidak bisa menyelesaikan seluruh pekerjaannya dan keinginannya kecuali jika ia memberikan upah kepada orang lain untuk

[23] Afriani, Afriani. *"Implementasi Akad Ju'Alah Dalam Lembaga Keuangan Syariah."* EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan2,no.2(2018):59–63. https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.54.

[24] Haryono. *"Konsep Al Ju'alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan SehariHari."* Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam. 6, no. 2 (2018): 643–57.

[25] Abdur Rohman, "*Analisis Penerapan Akad Ju'âlah Dalam Multi Level Marketing (MLM)* (Studi Atas Marketing Plan Www.Jamaher.Network)," Al-'Adalah 13, no. 2 (2016): 179–90

membantunya atau contoh lainnya apabila seseorang kehilangan sebuah barang dan membutuhkan seseorang untuk turut mencari barang tersebut supaya cepat ditemukan dengan memberikan imbalan berupa uang sebagai bagian dari usaha nya untuk menemukan barang yang hilang. Hal tersebut, terurai dalam Al Quran, sunnah dan ijma', sebagai berikut:

a. Al- Qur'an

36

قَالُوْا نَفْقِدُ صُوَاعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاۤءَ بِهٖ حِمْلُ بَعِيْرٍ وَّاَنَا۠ بِهٖ زَعِيْمٌ ﴿٧٢﴾

"Mereka menjawab, "Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu." (QS. Yusuf: 72)

Ayat ini menjelaskan tentang pemberian imbalan (hadiah) bagi siapa saja yang berhasil menemukan barang yang hilang, yaitu piala raja. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam diperbolehkan adanya janji pemberian upah atau hadiah atas suatu pekerjaan tertentu, yang menjadi dasar konsep ju'alah dalam fiqh muamalah. [26]

b. Sunnah

وَالْجُعَالَةُ جَائِزَةٌ فِي الْجُمْلَةِ، وَهِيَ أَنْ يَجْعَلَ الإِنْسَانُ جُعْلًا مَعْلُومًا عَلَى عَمَلٍ مَعْلُومٍ، أَوْ مَجْهُولٍ، مِثْلُ "

"أَنْ يَقُولَ: مَنْ رَدَّ عَلَيَّ ضَالَّتِي فَلَهُ كَذَا، أَوْ مَنْ بَنَى لِي هَذَا الْحَائِطَ فَلَهُ كَذَا

"Ju'alah itu boleh secara umum, yaitu seseorang menetapkan imbalan tertentu atas suatu pekerjaan, baik pekerjaan itu jelas maupun belum jelas; seperti ia berkata: Barang siapa mengembalikan barangku yang hilang maka baginya sekian, atau barang siapa membangun tembok ini maka baginya sekian."

[26] Kusuma Nurul Rhmah, Januri Fauzan, Muharni Yusraini, *Tinjauan Kaidah Fiqh Dan Maysir,* Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah. Vol 5 no. 2 (20224) hal 71

Ayat ini menjelaskan bahawa ju'alah diperbolehkan yang Dimana memberikan imbalan tertentu kepada seseorang yang sudah berhasil mengerjakan suatu pekerjaan.

Menurut ulama Maliki, Syafi'iyah dan Hanabilah, menurut syar'i, akad ju'alah diperbolehkan, dengan ketentuan tempat terjadinya transaksi upah (al-ju'l) melibatkan segala bentuk pekerjaan (jasa), yang didalamnya pembayar tidak menerima imbalan apa pun (hadiah)[27]

c. Ijma'

Umat Islam semenjak zaman sahabat sepakat akan kebolehan ijarah dikarenakan manusia membutuhakn beberapa manfaat. Ketika jual beli barang diperbolehkan, maka jual beli atas manfaat juga diperkenankan.[28]

3. Rukun dan Syarat Ju'alah

a. Rukun Ju'alah

1) Pengucapan: Pengucapan ini mempunyai arti memperbolehkan orang yang akan bekerja dan untuk jangka waktu yang tidak ditentukan. Jika melakukan ju'alah tanpa seijin orang yang memesannya (memiliki barang tersebut), maka mereka tidak akan mendapat pahala jika menemukan barang tersebut.
2) Orang yang berjanji akan membayar gaji: Bisa jadi orang yang kehilangan harta benda atau orang lain.

[27] Roza Ahmad Fadhly, Yadi mhd, *Law Ju'alah In Islam,* Jurnal Dusturiyah, Vol. 13 no. 2 (2023) hal 162

[28] Al- Faizin Abdul Wahid, Muhyidin, Abdul Hafid, *Studi Koparasi Akad Ijarah dan Ju'alah Serta Aplikasi Keduanya Dalam Ekonomi Modern.* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Available at https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie

3) Pekerjaan: Mencari barang yang hilang.

4) Gaji harus jelas: Ditentukan dan diketahui orang lain sebelum melakukan pekerjaan (mencari barang). [29]

b. Syarat-syarat Ju'alah

1) Orang yang memperjuangkan Ju'alahharus mempunyai Kemahiran yang diperlukan untuk melakukan mu'amalah(wajar, dewasa dan tidak tunduk pada perwalian. Oleh karena itu ju'alah tidak ada nilainya bagi orang gila atau muda kecil

2) Gaji yang dijanjikan (ja'il) harus dalam jumlah yang dinyatakan dengan jelas. Jika gajinya tidak jelas, maka akad ju'alah batal. Kegiatan yang akan diberi kompensasi harus diperbolehkan, tidak merugikan dan diperbolehkan berdasarkan hukum Syariah

3) Tidak diperbolehkan menyewa perantara untuk mengusir jin melakukan sihir, atau kegiatan haram lainnya. Aturannya, aset apapun bisa dijadikan objek transaksi dalam akad ju'alah

4) Jenis dan besaran santunan (materi) yang diberikan harus diketahui dengan jelas dan harus halal. [30]

4. Berakhirnya ju'alah

Mahzab Maliki, Syafi'i dan Hambali memandang bahwa ju'alah Adalah perbuatan hukum yang bersifat sukarela. Dengan demikian, pihak pertama yang menjanjikan upah dan pihak kedua yang melakukan pekerjaan

[29] Ismail Nawawi, Fikh Muamalah Klasik dan Kontemporer, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012)

[30] Salma Rahmani, Mohammad Saran, Koko Komaruddin, *Analisis Hukum Kontran Ju'aah Perspektif Hadist Ahkam,* Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 5 no. 1 (2024) hal 79

dapat melakukan pembatalan. Mengenai waktu pembatalan terjadi perbedaan pendapat. mahzab Maliki berpendapat bahwa ju'alah dapat dibatalkan oleh pihak pertama sebelum pekerjaan dimulai oleh pihak kedua.mahzab Syafii dan Hambali berpendapat bahwa pembatalan tersebut dapat dilakukan oleh salah satu pihak setiap waktu, selama pekerjaan belum selesai dilaksanakan, karena pekerjaan itu dilaksanakan atas dasar sukarela. Namun menurut mereka, apabila pihak pertama membatalkannya sedangkan pihak kedua belum selesai melaksanakannya, maka pihak kedua harus mendapatkan imbalan yang pantas sesuai dengan volume perbuatan yang dilaksanakannya. Sekalipun pekerjaan itu dilaksanakan atas dasar sukarela, kebijaksanaan perlu diperhatikan[31]

C. Wakalah

1. Pengertian Wakalah

Al-Wakalah atau al-wikalah Adalah istilah yang mencakup konsep al-hifdz, alkifayah, al-dhaman, dan al-tafwidh yang artinya penyerahan, pendelegasian, dan pemberian kuasa. Dari segi etimologi, al-wakalah berarti pelimpahan atau penyerahan, sedangkan secara terminologis, al-wakalah menunjukkan pemberian kuasa untuk mengelola suatu hal yang diperbolehkan untuk diwakilkan serta pelaksanaan kuasa oleh penerima kuasa selama pemberi kuasa tersebut masih hidup. Menurut pandangan Mazhab Syaf'i, al-wakalah adalah pelimpahan kuasa atau mandat (al-muwakil) kepada orang lain (al-wakil) guna menjalankan kepentingan yang

[31] Wahbah az-Zuhaily. Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.

dapat digantikan (an-naqbalu an-niyabah), dengan ketentuan kepentingan itu hanya boleh dilakukan selama pemberi kuasa masih hidup.[32] Misalnya, seseorang dapat mewakilkan penjualan barang miliknya kepada orang lain, mengurus pembayaran utang, atau mengelola investasi tertentu. Dengan demikian, wakalah tidak hanya dipahami sebagai kontrak hukum, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang mengajarkan prinsip saling percaya tolong-menolong, danefisiensi dalam kehidupan bermasyarakat.[33]

Sedangkan menurut para ulama berbeda-beda, menurut ulama Malikiyah, wakalah adalah tindakan amanah dari seseorang kepada orang lain untuk menjalankan suatu tindakan yang menjadi haknya, dan tidak terkait dengan wasiat atau pemberian suara hati setelah kematian. Menurut ulama Syafi'iyah, wakalah Adalah penyerahan kuasa atau mandat kepada pihak lain agar bisa melaksanakan hal yang ditugaskanatas nama pemberi kuasa. Pandangan ulama Hanafiyah menegaskan bahwa wakalah Adalah penyerahan kekuasaan kepada orang lain yang dilakukan dalam ruang lingkup tasarruf, dengan syarat bahwa hak tasarruf berada pada perwakilan tersebut Dalam perspektif ulama Hanbilah, wakalah adalah wakil yang diberi izin untuk menjalankan tasarruf atas hak orang lain, baik hak Allah maupun hak manusia, melalui tindakan yang umum diwakilkan.[34]

---

[32] Zulfa, Ikfina Himayati, and Lantip Susilowati *Akuntansi Akad Wakalah dalam Dunia Usaha dan Lembaga Keuangan Syariah* 2022

[33] Sanyoto Muhamad Naufal, Rahmah Virna Aulia, Umar Nadhifah, *Jasa (Al-Wakalah),* Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis. Vol 4 no. 4 (2025) hal 336

[34] Acnes Lavien, Ihsan Ahmad Fathi, Tarigan Erik Elana, *A-l-Wakalah: Landasan syariah, Rukun Syarat, Jenis-Jenis, Dan Aplikasi Diperbankan Syariah,* Vol 1 no. 4 (2024) hal 2187

Dapat disimpulkan sebagai suatu tindakan pelimpahan kuasa atau mandat kepada orang lain guna menjalankan kepentingan atau Tindakan yang menjadi miliknya sendiri sepanjang perbuatan itu diperbolehkan oleh syariat Islam dan dilaksanakan atas nama pemberi kuasa tersebut, baik dalam kaitannya dengan hak Allah maupun hak manusia, serta tidak berhubungan dengan kepentingan pascakematian seperti wasiat

2. Dasar Hukum Wakalah

Dasar Hukum Wakalah dijelaskan dalam al-qur'an, al- hadits dan ijma' sebagai berikut

a. Al-Qur'an

۞ وَاِنْ كُنْتُمْ عَلٰى سَفَرٍ وَّلَمْ تَجِدُوْا كَاتِبًا فَرِهٰنٌ مَّقْبُوْضَةٌ ۗفَاِنْ اَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِى اؤْتُمِنَ اَمَانَتَهٗ

وَلْيَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهٗ ۗوَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗوَمَنْ يَّكْتُمْهَا فَاِنَّهٗٓ اٰثِمٌ قَلْبُهٗ ۗوَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ عَلِيْمٌ ٢٨٣

Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS.Al-Baqarah 283)[35]

Selanjutnya Qs. Yusuf 55

قَالَ اجْعَلْنِيْ عَلٰى خَزَاۤىِٕنِ الْاَرْضِ ۚاِنِّيْ حَفِيْظٌ عَلِيْمٌ ٥٥

Dia (Yusuf) berkata, "Jadikanlah aku pengelola perbendaharaan negeri (Mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga (amanah) lagi sangat berpengetahuan."

[35] Qs. Al-Baqarah (2): 283 diakes 18 April 2026

b. Al- Hadits

Hadits yang dapat dipergunakan sebagai dasar akad Wakalah, diantaranya:

56 عَنْ سُلَيْمَانَ بْنِ يَسَارٍ ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَعَثَ أَبَا رَافِعٍ وَرَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ ،

54 فَزَوَّجَاهُ مَيْمُونَةَ بِنْتَ الْحَارِثِ وَرَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِالْمَدِينَةِ قَبْلَ أَنْ يَخْرُجَ

"Bahwasanya Rasulullah mewakilkan kepada Abu Rafi' dan seorang Anshar untuk mewakilkannya mengawini Maimunah binti Al Harits". HR. Malik dalam al-Muwaththa')

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ، إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا، وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ، إِلَّا

شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

10 *"Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram."* (HR Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf)

Dalam hidup Rosulullah, beliau pernah mewakilkan urusanya kepada orang lain untuk berbagai urusan. Diantaranya adalah membayar hutang, mewakilkan penetapan had dan membayarnya, mewakilkan pengurusan unta, membagi kandang hewan, dan urusan-urusan lainnya[36]

c. Ijma'

Para ulama bersepakat dengan ijma' atas diperbolehkannya Wakalah. Mereka bahkan ada yang cenderung mensunahkannya dengan alasan bahwa

[36] Obaidullah, M.. *Islamic financial services*. Jeddah: Islamic Economics Research Center, King Abdulaziz University.(2005)

hal tersebut termasuk jenis ta'awun atau tolong-menolong atas dasar kebaikan dan taqwa.[37]

3. Rukun dan Syarat Wakalah

Menurut kelompok Hanafiah, rukun Wakalah itu hanya ijab qabul. Ijab merupakan pernyataan mewakilkan sesuatu dari pihak yang memberi kuasa dan qabul adalah penerimaan pendelegasian itu dari pihak yang diberi kuasa tanpa harus terkait dengan menggunakan sesuatu lafaz tertentu[38].

Menurut Jumhur ulama tidak sependapat dengan pandangan kelompok hanafiah. Mereka berpendirian bahwa rukun dan syarat Wakalah itu adalah sebagai berikut:

a. Pihak yang mewakilkan (*Al-Muwakkil*)

Seseoarang/institusi yang mewakilkan, pemberi kuasa, disyaratkan memiliki hak untuk bertasharruf pada bidang-bidang yang didelegasikannya, disisi lain juga dituntut supaya pemberi kuasa itu sudah cakap bertindak atau mukallaf.[39]

b. Pihak yang mewakili. (*Al-Wakil*)

Penerima kuasa pun perlu memiliki kecakapan akan suatu aturan-aturan yang mengatur proses akad wakalah ini diamana Seseorang / Institusi yang

[37] Nuhyatia, I (2013). Penerapan dan aplikasi akad wakalah pada produk jasa bank syariah. Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 3(2), 23–31.

[38] Abdurrahman Jaziri, *Kitab Fiqh ala Mazahib Arba'ah, (Mesir: Maktabah* al-Tijariayah al-Qubra, 1970), hal 169-170

[39] Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasi pada Sektor Keuangan Syariah,* (Jakarta: Rajawali Pers,2016), hal.144

menerima kuasa ini, perlu memiliki kemampuan untuk menjalankan amanahnya yang diberikan oleh pemberi kuasa.[40]

c. Obyek / kegiatan yang diwakilkan.

Obyek mestilah sesuatu yang bisa diwakilkan kepada orang lain, seperti jual beli, pemberian upah, dan sejenisnya yang memang berada dalam kekuasaan pihak yang memberikan kuasa. bersifat ibadah badaniyah dan Maliyah Sehingga obyek yang akan diwakilkan pun tidak diperbolehkan bila melanggar Syari'ah Islam[41]

d. Shighot

suatu perjanjian antara pemberi kuasa dengan penerima kuasa. Isi dari iperjanjian ini berupa pendelegasian dari pemberi kuasa kepada penerima kuasa Tugas penerima kuasa oleh pemberi kuasa perlu dijelaskan untuk dan atas pemberi kuasa melakukan sesuatu tindakan tertentu.[42]

4. Macam-Macam Wakalah

Dalam fikih muamalah, akad wakalah terbagi menjadi beberapa bentuk sesuai ruang lingkup dan ketentuan yang berlaku. Pembagian ini penting agar jelas Batasan kewenangan wakil serta tanggung jawab yang melekat padanya. Secara umum, jenis wakalah dibagi menjadi empat sebagai berikut:

---

[40] Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, (Bandung:Sinar Baru Algensindo, 2010), hal 321

[41] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah, (*Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal 356.

[42] Indah Nurhayati, *Penerapan Dan plikasi Akad Wakalah Pada Produk Jasa Bank Syariah.* Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam. Vol. 3 no. 2 (2013) hal 104

a. Al-Khosshoh

Wakalah ini bersifat terbatas pada suatu urusan yang jelas dan spesifik. Contohnya, seseorang menunjuk wakil untuk membeli mobil dengan merek dan tipe tertentu, atau menjual sebidang tanah dengan harga yang sudah ditentukan. Dalam akad ini, wakil hanya berwenang melaksanakan hal-hal yang telah disebutkan secara detail oleh muwakkil.[43]

b. Al-Ammah

Wakalah ini memberikan kewenangan yang lebih luas tanpa menyebutkan rincian tugas secara spesifik. Misalnya, seseorang memberi kuasa kepada wakil untuk membeli kendaraan apa saja yang dianggap mengambil keputusan selama masih dalam koridor yang dibolehkan syariat.[44]

c. Al-Muqoyyadoh

Jenis wakalah ini membatasi tindakan wakil dengan syarat tertentu.Misalnya, seseorang meminta wakilnya menjual rumah dengan ketentuan harga minimal 500 juta rupiah, atau menjual kendaraan dengan perbedaan harga antara penjualan tunai dan kredit. Dengan adanya syarat ini, ruang gerak wakil lebih terbatas karena harus mematuhi aturan yang telah ditentukan[45]

[43] Karim, A. A. (2010). Bank Islam: Analisis fiqih dan keuangan (Edisi ke-4). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
[44] *Ibid.*
[45] *Ibid.* hal 24

d. Al-Mutlaqah

Wakalah ini memberikan keleluasaan penuh kepada wakil tanpa batasan syarat khusus dari muwakkil. Contoh kasusnya, seseorang memberi kuasa untuk menjual sebuah rumah tanpa menyebutkan harga maupun cara pembayaran. Dalam hal ini, wakil memiliki kebebasan lebih besar dalam menentukan langkah selama tidak melanggar prinsip syariah.[46]

Dengan adanya wakalah, transaksi dapat dilakukan dengan cara yang lebih terstruktur dan posisi hukum para pihak menjadi lebih jelas, sehingga meminimalkan potensi perselisihan. Dalam praktiknya, wakalah memiliki pembagian menurut akadnya disesuaikan dengan ruang lingkup dan batasan kewenangan yang diberikan, termasuk:[47].

a. Wakalah Bil Ujrah

Wakalah Bil Ujrah adalah jenis wakalah yang dilakukan dengan kesepakatan bahwa akan ada biaya atau imbalan sebagai kompensasi atas jasa yang diberikan oleh perwakilan. Dalam kontrak ini, agen memperoleh hak untuk dibayar atas pelaksanaan tugas sesuai dengan amanah yang diberikan. Imbalan ini berfungsi sebagai bentuk apresiasi serta kompensasi atas usaha, waktu, dan keahlian[48]. dipekerjakan oleh agen. Dengan demikian, wakalah bil ujrah menekankan adanya

[46] Nurhadi, *"Kajian Teoretis Akad Wakalah dalam Perspektif Ekonomi Syariah,"* dalam Jurnal Al-Mu'amalah, 2022, hal. 45.

[47] Kyila Az Zahra, Mariskha Nadia Rahayu, and Najwa Rahmalia, *"Al-Wakalah Dalam Praktik: Memahami Jenis-Jenis Dan Penerapannya Di Era Modern,"* Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi24, no. 11 oktober 202, hal 761–70.

[48] Neri Aslina et al., "Implementasi Kontrak Wakalah Dalam Perspektif Fikih Muamalah: Kajian Kepustakaan Terhadap Prinsip, Syarat, Dan Validitas Akad," Addayyan19, no. 2 (Desember 2024) hal 11–28.

hubungan kontraktual yang tidak hanya didasarkan pada kepercayaan tetapi juga pada kesepakatan mengenai nilai dan bentuk kompensasi.

wakalah bil ujrah banyak diterapkan dalam jasa profesional seperti perbankan, asuransi Islam, manajemen administrasi, dan jasa investasi. Dalam hal ini prinsipal dan agen harus menyepakati jumlah imbalan, mekanisme pembayaran, dan ruang lingkup pekerjaan yang akan diselesaikan untuk menghindari perselisihan di masa mendatang. Meskipun agen menerima kompensasi, mereka tetap berkewajiban untuk melaksanakan tugas mereka dengan penuh kepercayaan dan sesuai dengan ketentuan Syariah. Kejelasan mengenai imbalan dan rincian tugas menjadikan wakalah bil ujrah sebagai bentuk kolaborasi yang lebih transparan dan terstruktur.[49]

a. Tabarru’

Tabarru' adalah istilah Arab yang berarti "sumbangan" atau "amal". Dalam keuangan Islam, Tabarru' mengacu pada kontribusi sukarela yang dilakukan dengan niat mencari ridha Allah dan membantu orang lain tanpa mengharapkan imbalan apa pun. Konsep ini memainkan peran penting dalam konteks takaful (asuransi yang sesuai syariah). Tabarru' didasarkan pada pemberian sukarela, di mana para peserta menyumbangkan sebagian dana mereka ke dalam dana bersama dengan

[49] Idatur Fitria, Muhammad Yazid, *THEORETICAL STUDY OF THE WAKALAH CONTRACT IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS,*Journal Muamalah, Vol 11, No 2 (2025) hal 150-151

tujuan untuk membantu mereka yang membutuhkan.[50] Tujuan utama Tabarru' adalah untuk mendorong kerja sama dan solidaritas timbal balik di antara para peserta, yang mencerminkan prinsip Islam tentang saling membantu di masa-masa sulit. Tidak seperti investasi atau transaksi komersial, Tabarru' tidak melibatkan harapan keuntungan atau pengembalian finansial dan oleh karena itu dianggap murni untuk tujuan amal.

b. Wakalah Bil Istithmar

Wakalah bil Istithmar adalah kontrak keuangan Islam yang menggabungkan prinsip "Wakalah" (keagenan) dengan "Istithmar" (investasi). Dalam keuangan Islam, Wakalah mengacu pada kontrak di mana seseorang (prinsipal) menunjuk orang atau entitas lain (agen atau perwakilan) untuk melakukan tugas tertentu atau serangkaian tugas atas namanya. Agen bertindak sesuai dengan instruksi prinsipal dan demi kepentingan terbaik prinsipal. Sementara itu, Istithmar (investasi) mengacu pada tindakan menginvestasikan dana dalam berbagai peluang investasi yang sesuai dengan syariah untuk menghasilkan keuntungan.[51]

Secara keseluruhan, Wakalah bil Istithmar melibatkan perjanjian di mana prinsipal menunjuk seorang agen untuk menginvestasikan dana dalam kegiatan investasi yang sesuai dengan syariah. Agen, yang bertindak atas nama prinsipal, bertanggung jawab untuk mengelola

[50] Uula Mimma Maripatul, Aam Slamet Rusydiana, Siti Mausyaroh*, Fiqh Contractsfor BPJS Ketenagakerjaan Syariah: A Conceptual Approach to Wakalah bil Ujrah, Wakalah bil Istithmar, and Tabarru'*, Jurnal Jmasostek, Vol 3, No 2 (2025) hal 144

[51] *Ibid,* 144-145

investasi dan menghasilkan keuntungan. Fitur utama dari pengaturan ini meliputi peran keagenan, mekanisme pembagian keuntungan, struktur biaya, dan kepatuhan syariah.

5. Membatalkan Wakalah

Wakalah bukanlah akad yang berlaku abadi, tetapi bisa menjadi batal atau dibatalkan. Dalam hal ini, ada beberapa hal yang menyebabkan wakalah itu batal dan berakhir[52], meliputi:

a. Ketika salah satu pihak yang berwakalah itu wafat atau gila.
b. Apabila maksud yang terkandung dalam wakalah itu sudah selesai pelaksanaannya atau dihentikan maksud dari pekerjaan tersebut.
c. Diputuskannya wakalah tersebut oleh salah satu pihak yang menerima kuasa dan berakhir karena hilangnya kekuasaannya atau hak pemberi kuasa atas sesuatu obyek yang dikuasakan.
d. Dihentikannya aktivitas/pekerjaan dimaksud oleh kedua belah pihak.
e. Pembatalan akad oleh pemberi kuasa terhadap penerima kuasa, yang diketahui oleh penerima kuasa.
f. Penerima kuasa mengundurkan diri dengan sepengetahuan pemberi kuasa
g. Gugurnya hak pemilikan atas barang bagi pemberi kuasa[53]

[52] M. Syafi'i Antonio, Bank Syari"ah; Suatu Pengenalan Umum, Tazkia Institue, Jakarta, 1999, hal. 101.

[53] Adiwarman Karim, Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi Dua, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 88.

BAB III

FATWA DSN-MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 DAN PANDANGANNYA TERHADAP BONUS

A. Fatwa DSN-MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009

Menurut Yusuf Qardhawi fatwa dalam bahasa Arab berarti respons terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Dalam konteks syariah Islam, fatwa mengacu pada penjelasan hukum syariah terkait suatu masalah sebagai respons terhadap pertanyaan, baik dari individu maupun kelompok, dengan atau tanpa identitas yang jelas,[1] sedangkan Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah badan yang didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mengatasi masalah yang terkait dengan lembaga keuangan syariah. Salah satu tujuan pembentukan DSN oleh MUI adalah untuk memfasilitasi kolaborasi yang lebih efektif antara para ulama dalam menangani isuisu ekonomi dan keuangan.[2]

Fatwa merupakan jawaban atas suatu pertanyaan yang sulit atau jawaban atas masalah yang belum terdapat secara tekstual dalam Quran dan Hadits Pertanyaan yang belum terdapat jawabannya secara tekstual dalam Quran dan Hadits, pada akhirnya akan mendorong mufti untuk melakukan ijtihad. Hasil dari ijtihad yang disampaikan oleh mufti kepada mustafti

[1] Jundana Qonita, Hermawan Aries, *Implementasi Fatwa DSN-MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah No. 75/VII/2009 Pada PT Herbal Amanah Impian Indonesia,* Jurnal Of Fiqh Contemporaray Financial Transactions. Vol. 2 no. 1 (2024) hal 58

[2] Nurjannah, Lutfi, M., Sapa, N., Afief Mubayyin, M., & Herianti. *Telaáh Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional dan Multi Level Marketing Syariah*. Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, Vol 14no. 2 (2022), hal 177–192.

disebut dengan fatwa. Karena DSN-MUI merupakan Lembaga fatwa kolektif yang dibentuk oleh MUI dengan beberapa orang anggota dari beberapa ormas islam dan juga para pakar di bidang ekonomi, maka DSN yang spesialisasinya untuk menerbitkan fatwa di bidang mu'amalat telah membuat standar yang digunakan untuk melakukan ijtihad guna menjawab pertanyaan yang ada.[3]

Seperti Pada Fatwa DSN-MUI NO.75/DSN-MUI/VII/2009 yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tahun 2009 membahas tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau MLM Syariah. Fatwa ini merinci pengertian dan persyaratan yang diperlukan untuk menjalankan praktik multilevel marketing yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah,[4] dengan tujuan untuk menetapkan standar yang harus dipatuhi dalam praktik pemasaran multilevel, sehingga masyarakat dapat terhindar dari praktik penipuan dalam penjualan langsung berjenjang dan mendapatkan keuntungan yang adil. Dengan mematuhi regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan DSN-MUI, diharapkan PLBS dapat beroperasi secara transparan dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.[5] Dimana ang menekankan bahwa sistem MLM dapat dianggap sesuai dengan prinsip syariah apabila berfokus pada

[3] Habibaty, Diana Mutia. *"Peranan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Terhadap Hukum Positif Indonesia*," Jurnal Legislasi Indonesia, vol 2 no. (2017)hal 449.

[4] Nurhisam, L. *Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah). Tawazun*: Journal of Sharia Economic Law, Vol. 2 no. 2 (2019) 183–194.

[5] Marzuki, M. *Analisis Bisnis MLM Ditinjau dari Sisi Mudharatnya*. Ta'dib : Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial, Vol. 19 no. 1 (2021) hal 116–127.

penjualan produk nyata dan transparansi sistem bonus.[6] seperti yng di jelaskan dalam isi fatwa nya sebagai beikut:

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) setelah:

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN : FATWA TENTANG PEDOMAN PENJUALAN LANGSUNG BERJENJANG SYARIAH

Pertama : Ketentuan Umum

1. Penjualan Langsung Berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
2. Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dimiliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
3. Produk jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau pelayanan untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

[6] Rizqi Nur Athiyah, Panji Adam Agus Saputra, Zia Fidaus Maulana, *Analisis Fatwa DSN-MUI NO.75/VII/2009 Tehadap MultiLevel Marketing (MLM) Suplemen Kesehatan Thiansi,* Bandung Conference Series : Sharia Economic Law, Vol 5 no. 2 (2025) hal 469

4. Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang dan atau produk jasa dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Konsumen adalah pihak pengguna barang dan atau jasa, dan tidak bermaksud untuk memperdagangkannya.
6. Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh Perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, yang besaran maupun bentuknya diperhitungkan berdasarkan prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang dan atau produk jasa.
7. Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
8. Ighra' adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya demi melakukan hal-hal atau transaksi dalam rangka mempereroleh bonus atau komisi yang dijanjikan.

9. *Money Game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran Mitra Usaha yang baru/bergabung kemudian dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya sebagai kamuflase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.
10. *Excessive mark-up* adalah batas marjin laba yang berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain di luar biaya.
11. Member get member adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya
12. Mitra usaha/stockist adalah pengecer/retailer yang menjual/memasarkan produk-produk penjualan langsung.

Kedua : Ketentuan Hukum

Praktik PLBS wajib memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

1. Ada obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa

2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maksiat
4. Tidak ada harga/biaya yang berlebihan (*excessive mark-up*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh Perusahaan
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa

8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra'.
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Ketiga : Ketentuan Akad

Akad-akad yang dapat digunakan dalam PLBS adalah:

1. Akad Bai'/Murabahah merujuk kepada substansi Fatwa No. 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah; Fatwa No. 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam Murabahah
2. Akad Wakalah bil Ujrah merujuk kepada substansi Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Wakalah bil Ujrah pada Asuransi dan Reasuransi Syariah

3. Akad Ju'alah merujuk kepada substansi Fatwa No. 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah
4. Akad Ijarah merujuk kepada substansi Fatwa No. 9/DSNMUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah.
5. Akad-akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah setelah dikeluarkan fatwa oleh DSN-MUI.

Keempat : Ketentuan Penutup

1. Jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan sesuai prinsip syariah.
2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.[7]

Hala ini menekankan bahwa bahwa implementasi MLM syariah memerlukan pengawasan berlapis untuk mencegah praktik gharar dan maisir, terutama pada tahap perekrutan anggota baru. strategi ini berpotensi memunculkan ekspektasi yang tidak realistis[8], yang menyoroti pentingnya edukasi bisnis kepada anggota MLM sejak tahap awal perekrutan. Pelatihan

[7] Fatwa DSN MUI. (2009). Fatwa DSN-MUI No: 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Majelis Ulama Indonesia.

[8] Sari, N. L., & Huda, M. *Analisis Praktik Bisnis MLM dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal Al-Iqtishad, Vol 14 no. 2 (2022) hal 44–60.

produk, literasi finansial, dan pemahaman prinsip syariah menjadi kunci untuk meminimalisasi pelanggaran etis. Di Stockist Tiens Kosambi, sudah terdapat pelatihan rutin, namun belum sepenuhnya fokus pada literasi prinsip syariah.[9]

B. Pandangan Fatwa DSN-MUI Tentang Bonus

Bonus merupakan suatu kompensasi sebagai tambahan upah biasa, dengan tidak memperhatikan produktivitas individual. Pemberian bonus biasanya ditentukan berdasarkan prestasi yang dicapai karyawan secara individu atau klompok,[10] Bonus diartikan sebagai tambahan penghasilan di luar gaji atau upah yang diberikan sebagai bentuk penghargaan atau dorongan semanga serta prestasi yang diperoleh perusahaan dalam aktivitasnya melalui perolehan keuntugan pada suatu priode tertentu.[11]

Bonus bisa berupa uang atau tunjangan lainnya bisa juga pembayaran ekstra untuk kinerja yang melebihi standar-standar telah menjadi peraktek umum dalam hal memberikan imbalan kepada para pihak apabila sudah mencapai target tertentu.[12]

Dewan Syariah Nasional MUI menjelaskan tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah atau tidak bahwa pemberian komisi

---

[9] Supriyadi, A. *Perspektif Legalitas MultiLevel Marketing dalam Hukum Islam*. Al-Amwal:Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol 13 No. 2 (2021) hal 88–99

[10] Zein Rahma Sari, Srisudiarti, Angraini Tuti, *Pengaruh Dana Simpanan Wadiah Tehadap Bonus Wdiah PadaBank Syariah Indonesia,* Indonesia Journal Of Humanities and Social Sciences Vol 6 no.1 (2025) hal 59

[11] Abdullatif Syakir, Tarmudi Ahmad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pemberian Bonus Dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Di PT. K-Link Nusantara Perspektif Fatwa DSN-MUI.* Vol 8 no.1 (2025) hal 5-6

[12] Winardi J, Motivasi Memotivasi Dalam Manajemen (Jakarta: PT.Raja Grafindo 2011), hlm. 160.

atau bonus oleh Perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan ighra' (memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebihan) dan tidak boleh ada komisI atau bonus secara pasifyang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.[13] Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009, menjelaskan ada 5 poin prosedur pemberian insentif berupa bonus yang sesuai Islam sebagai berikut:

1. Komisi (termasuk di dalamnya Adalah bonus) yang diberikan oleh Perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.
2. Bonus yang diberikan oleh Perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atauproduk jasa yang ditetapkan oleh Perusahaan.
3. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara regular tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang atau jasa
4. Pemberian komisi atau bonus oleh Perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidakmenimbulkan 'ighra (memberikan iming-iming atau janji-janji manis yang berlebihan)

[13] Abdul Rahman Prakoso, *Mekanisme Pemberian Bonus di Oriflame Menurut Fatwa DSN-MUI NO. 75/VII/2009 Tenyang PEnjualan Langsung Berjenjang Syariah*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Studi Syariah Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 2 no.2 (2020) hal 57

5. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertamadengan anggota berikutnya[14]

Menurut Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, bonus dalam sistem MLM syariah harus diberikan berdasarkan prestasi atau hasil penjualan riil, bukan berdasarkan perekrutan anggota baru semata. Dengan demikian, bonus bukan merupakan janji keuntungan tetap yang bersifat spekulatif, tetapi sebagai hasil dari kontribusi nyata dalam aktivitas bisnis yang halal dan produktif.[15]

[14] Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS

[15] Luqman Nurhisam, "Multi Level Marketing Dalam Tinjauan Hukum Islam (Studi Fatwa DSN-MUI NOMOR: 75/ DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah)," Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, Vol 2 no. 2 (2019) hal 183–94.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Moorlife

Moorlife merupakan perusahaan yang memasarkan produk berkualitas asli buatan anak negeri dan terus berkomitmen untuk meningkatkan kehidupan keluarga menjadi lebih baik melalui bisnis penjualan langsung. Melalui sistem penjualan langsung (direct selling), Moorlife terus berkembang dan melahirkan 1 Juta Entrepreneur yang tersebar di 15 provinsi yang ada di Indonesia.[1]

Moorlife didirikan sejak tahun 2013 moorlife merupakan peralatan dapur premium yang terinspirasi oleh kekayaan budaya dan keberagaman Indonesia. Setiap produk Moorlife dirancang dengan cermat untuk memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia. Setelah membangun kehadiran yang kuat di pasar lokal, Moorlife kini siap untuk berekspansi secara global. Produk moorlife sudah diekspor sampai ke negara-negara seperti Brunei Darussalam, Kamboja, Malaysia, Filipina, Mauritius, dan Afrika Selatan. Produk Moorlife di desain mengikuti perkembangan zaman dan tren masyarakat sehingga Moorlife merupakan pilihan keluarga cerdas.Misi dari moorlife Adalah menjadi pemimpin pasar nasional dengan produk plastic premium, dengan focus pada inovasi, kualitas, dan tanggung jawab lingkungan. Berkomitmen memberikan nilai kepada pelanggan melalui Solusi yang andal sambil terus meningkatkan proses untuk memenuhi standar global.[2]

[1] Moorlife.id, https://moorlife.id diakses pada 20 April 2005
[2] *Ibid.*

Moorlife didikan oleh Hermanto Tanoko Dengan pengalaman bisnis lebih dari 40 tahun, Hermanto Tanoko telah membangun perusahaan nasional yang berkembang pesat di Indonesia, TANCORP. Perusahaan ini memiliki lebih dari 100 merek di 41 unit bisnis dan terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Melalui Moorlife, Hermanto Tanoko bertujuan untuk memberdayakan 1 juta wirausahawan, menciptakan jaringan yang dinamis di mana individu dapat terhubung dan berkembang dalam perjalanan kewirausahaan mereka. Prestasi luar biasanya membuatnya menempati posisi ke-9 dalam daftar 10 Orang Terkaya Forbes Indonesia tahun 2022.[3]

Produk-produk Moorlife merupakan hasil produksi nasional yang telah mendapatkan pengakuan dari lembaga sertifikasi internasional terkait standar keamanan penggunaan bahan dan juga 100% food grade (sertifikasi PDA).[4] Produk tersebut diproduksi oleh perusahaan yang mengantongi sertifikasi sistem manajemen mutu internasional ISO 9001, sehingga memberikan jaminan kualitas kepada konsumennya. Beberapa kategori produk Moorlife yaitu *Serving Collection, Kitchen Queen, Ready to Go, Smart Storage, Drink with Style dan Kids Collection*. Dengan inovasi yang terus berkembang Perusahaan memastikan tidak hanya menawarkan barang dengan produk yang sama tapi bervariasi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga modern.[5] Model Produk Moorlife sebagai berikut:

[3] *Ibid.*
[4] Moorlife Katalog 2026, Diakses 20 April 2026
[5] *Ibid.*

Gambar: 1



Gambar: 2



Moorlife bukan sekedar perusahann yang menyediakan produk berkualitas, tetapi juga berperan aktif dalam membuka peluang kerja bagi Masyarakat melalui berbagai program kemitraan dan distribusi, moorlife memeberikan kesempatan bagi individu untuk memiliki pengahasilan, mengembangkan keterampilan, serta meningkatkan taraf hidup mereka.[6] Dengan demikian, kehadiran moorlife turut berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan

[6] Moorlife.id, https://moorlife.id diakses 20 April 2026

Masyarakat secara berkelanjutan, bergabung sebagai member, individu memiliki kesempatan untuk menjalankan usaha sendiri, memperoleh penghasilan, serta mengembangkan keterampilan dalam penjualan dan jaringan bisnis. Melalui program ini, Moorlife membantu menciptakan lapangan pekerjaan yang fleksibel sekaligus berkontribusi pada peningkatan taraf hidup dan pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Moorlife merupakan salah satu Perusahaan yang bergerak dibidang penjualan langsung *Multi Level Marketing*.

Dalam praktik bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), terdapat sejumlah istilah teknis yang umum digunakan untuk menggambarkan struktur dan mekanisme kerja sistem tersebut. Di antaranya adalah Enterpreneur (EP), Leader (EP-L), Mastrship (EP-M), Distibutor, Istilah enterpreneur merujuk pada individu yang baru bergaabung ke dalam jaringan pemasaran, Selanjutnya leader merupakan jenjang lebih tinggi dari pada entrepreneur, entrepreneur yang baru bergabung berada dibawah bimbingan leader selanjutnya mastership merupakan level diatas leader dan seterusnya distributor level diatas mastership Pola rekrutmen yang berlangsung secara berjenjang inilah yang menjadi ciri khas sistem *multi level*, yang kemudian dikenal dengan istilah *Multi Level Marketing*.[7]

B. Pembagian Bonus Pada Produk Moorlife

Bonus diartikan sebagai tambahan penghasilan di luar gaji atau upah yang diberikan sebagai bentuk penghargaan atau dorongan semangat. Bonus juga berfungsi sebagai insentif guna meningkatkan semangat kerja dan produktivitas dalam suatu organisasi**.** Dalam sistem *Multi Level Marketing* Moorlife Sistem

[7] *Ibid.*

jenjang karir pada bisnis jaringan ini dibagi menjadi beberapa tingkatan, yaitu EP, EP-L (Leader), dan EP-M (Mastership). Setiap tingkatan memiliki keuntungan, bonus, serta tanggung jawab yang berbeda. Semakin tinggi level anggota, maka semakin besar pula persentase bonus dan cakupan pendapatan yang diperoleh.

a. Level EP (Enterpreneur Pemula)

Level EP merupakan Tingkatan dasar bagi anggota baru. Pada tahap ini anggota mulai mendapatkan keuntungan dari penjualan Pribadi dan perekruta anggota baru. Beberapa keuntungan pada level ini meliputi:

1. Diskon 30%

Anggota memperoleh potongan harga sebesar 30% untuk setiap pembelian produk. Diskon ini menjadi keuntungan langsung karena anggota dapat menggunakan produk dengan harga lebih murah ataupun menjual kembali dengan margin keuntungan tertentu.

2. Bonus Rekrutmen Rp 128.000

Setiap anggota yang berhasil merekrut anggota baru akan memperoleh bonus tunai sebesar Rp128.000. Bonus ini bertujuan mendorong anggota untuk memperluas jaringan pemasaran.

3. PS (Personal Sales) 1,5%

Anggota mendapatkan bonus sebesar 1,5% dari total penjualan pribadinya. Semakin besar transaksi pribadi yang dilakukan, maka semakin besar bonus yang diterima.

4. Unit Sales 1,5%

Bonus ini diperoleh dari penjualan jaringan atau kelompok di luar penjualan pribadi. Artinya anggota mulai mendapatkan penghasilan pasif dari aktivitas tim yang dibangunnya.

5. Gathering gift

Setiap pembelanjaan Rp1.000.000 dalam satu nota akan mendapatkan hadiah tertentu dan berlaku kelipatan. Program ini digunakan perusahaan sebagai strategi meningkatkan volume pembelian anggota.

6. E-Reward Voucher Rp 140.000

Voucher diberikan setiap pembelanjaan Rp1.750.000 dan berlaku kelipatan. Sistem ini berfungsi sebagai bentuk apresiasi sekaligus mendorong loyalitas anggota terhadap produk.

7. Activity dan Challenge

Perusahaan menyediakan berbagai tantangan atau program aktivitas guna meningkatkan motivasi anggota dalam mencapai target penjualan maupun perekrutan.

b. Level EP-L (Enterpreneur Leader)

Level EP-L merupakan tahap kepemimpinan. Pada posisi ini anggota tidak hanya memperoleh keuntungan dari penjualan pribadi, tetapi juga dari perkembangan jaringan di bawahnya. Untuk mencapai level ini Enterpreneur pemula harus mampu merekrut sepuluh orang rekrutan.

1. Diskon 30%

Sama seperti level sebelumnya, anggota tetap memperoleh potongan harga produk sebesar 30%.

2. Bonus Rekrutmen Rp 170.000

Nilai bonus perekrutan meningkat dibanding level EP biasa. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memberikan penghargaan lebih besar kepada anggota yang telah memiliki kemampuan membangun jaringan.

3. PS (Personal Sales) 6%

Persentase bonus dari penjualan pribadi meningkat menjadi 6%, sehingga pendapatan anggota menjadi lebih besar.

4. Unit Sales 6%

Bonus dari penjualan jaringan juga meningkat menjadi 6%. Ini menandakan bahwa peran jaringan semakin dominan dalam sistem pendapatan anggota.

5. Leadership Bonus 1%

Bonus kepemimpinan diberikan sebesar 1% sebagai penghargaan atas kemampuan anggota dalam membina dan mengembangkan tim.

6. Bonus Rekrutan Level 2 (L2)

Anggota memperoleh tambahan bonus Rp36.000 apabila anggota di bawah jaringannya berhasil merekrut anggota baru. Sistem ini menunjukkan adanya konsep pendapatan bertingkat dalam jaringan.

7. Bonus Bby EP-L Rp6.000

Bonus tambahan diberikan ketika terdapat anggota baru dalam unit yang berhasil mencapai level EP-L. Hal ini bertujuan memotivasi anggota untuk membantu perkembangan karir timnya.

8. Gathering Gift, E-Reward, Activity & Challenge

Fasilitas ini tetap diberikan sebagai bentuk apresiasi perusahaan terhadap performa anggota.

Secara umum level EP-L menunjukan pergeseran focus dari sekedar penjualan pribadi menuju pengembangan kepemimpinan dan pembinaan jaringan.

c. Level EP-M (Enterpreneur Mastership)

Level EP-M merupakan tingkatan yang lebih tinggi dan menunjukkan bahwa anggota telah memiliki jaringan yang lebih luas serta stabil. Level ini dapat dicapai jika dari seluruh rekrutan sbelumnya enam diantaranya berhasil naik menjadi leader.

1. Diskon 30%

Sama seperti level sebelumnya, anggota tetap memperoleh potongan harga produk sebesar 30%.

2. PS (Personal Sales) 5%

Bonus dari penjualan pribadi sebesar 5%

3. Bonus Rekrutmen Rp 195.000

Bonus perekrutan meningkat menjadi Rp195.000. Hal ini menunjukkan semakin tinggi level anggota, maka semakin besar penghargaan terhadap kemampuan memperluas jaringan.

4. Master Sales/OS 5%

Anggota memperoleh bonus 5% dari keseluruhan penjualan jaringan master di luar penjualan pribadi. Sistem ini menggambarkan bahwa sumber pendapatan utama berasal dari pengelolaan jaringan yang luas.

5. Leadership Bonus 1%

Bonus kepemimpinan tetap diberikan karena anggota dianggap memiliki kemampuan manajerial dalam membina jaringan.

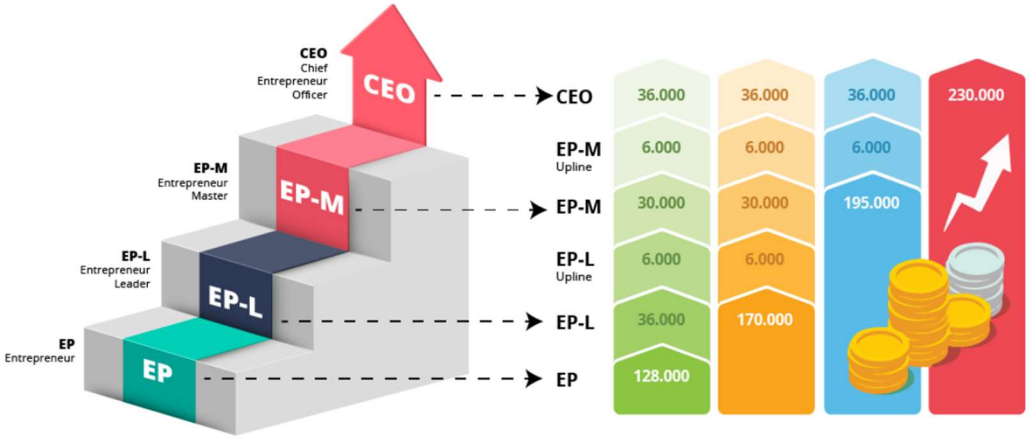
6. Gathering Goft dan E-Reward Voucher

Program penghargaan tetap berlaku sebagai bentuk motivasi perusahaan terhadap anggota.

7. Activity & Challenge

Program aktivitas dan tantangan tetap diberikan untuk menjaga produktivitas dan semangat anggota.[8] Berikut model jenjang karir pada moorlife:

Gambar: 3



[8] Wawancara pribadi bersana saudari Surtri Mariyani selaku salah satu anggota aktif Moorlife pada tanggal 25 September 2025

Berdasarkan sistem bonus tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan menerapkan strategi pemasaran berbasis jaringan (network marketing) yang menggabungkan penjualan produk dengan pengembangan tim. Semakin tinggi jenjang karir anggota, maka semakin besar fokus perusahaan terhadap kemampuan leadership dan pengembangan jaringan dibandingkan penjualan pribadi semata. Selain itu, sistem bonus seperti personal sales, unit sales, leadership bonus, dan reward voucher digunakan sebagai alat motivasi agar anggota tetap aktif melakukan pembelian, penjualan, serta perekrutan anggota baru. Dengan demikian, keberhasilan anggota dalam bisnis ini tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga kemampu membangun dan mempertahankan jaringan pemasaran.[9]

Dalam hal bentuk kompensasi, moorlife sudah menetapkan dua keuntuangan yaitu keuntungan langsung (selisi harga jual) dan bonus. Bonus dihitung berdasarkan volume penjualan mitra usaha dan jaringannya, yaitu perekrutan yang dilakukan. Mekanisme ini menunjukkan adanya keadilan distribusi karena anggota yang bekerja keras akan memperoleh bonus sepadan dengan usahanya. bonus dan reward di jenjang karir didapat berdasarkan jumlah bonus poin (BP) yang dikumpulkan para member beserta downline-downlinenya (mitra kerja tingkat bawah) yang ada dijaringannya dan tingkatan level yang dicapai member tersebut. Sedangkan bonus-bonus yang lain diperoleh jika memenuhi syarat minimal BP (Bonus Point) yang telah ditentukan.[10]

[9] Moorlife.id https://moorlife.id jenjang karir diakses 12 Mei 2026
[10] Moorlife Katalog 2026 Diakases 20 April 2026

Prinsip ini sesuai dengan kaidah fikih al-kharāj bi al-ḍamān (keuntungan sejalan dengan risiko dan tanggung jawab). Mekanisme pembayaran bonus juga memenuhi unsur transparansi. Waktu, jumlah, dan tata cara pembayaran ditentukan dengan jelas dalam marketing plan perusahaan,

C. Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO. 75/VII/2009 Tentang Pembagian Bonus Pada Produk Moorlife

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) ditetapkan sebagai panduan agar praktik penjualan langsung berjenjang dapat sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Fatwa ini menetapkan beberapa ketentuan umum, ketentuan hukum, dan ketentuan akad yang wajib dipatuhi oleh Perusahaan maupun mitra usaha. Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah,[11] bonus dalam sistem MLM syariah harus diberikan berdasarkan prestasi atau hasil penjualan riil, bukan berdasarkan perekrutan anggota baru semata. Dengan demikian, bonus bukan merupakan janji keuntungan tetap yang bersifat spekulatif, tetapi sebagai hasil dari kontribusi nyata dalam aktivitas bisnis yang halal dan produktif Jika dicermati, praktik yang dilakukan moorlife memiliki kesesuaian yang cukup signifikan dengan ketentuan dalam fatwa tersebut.[12]

Pertama, dalam praktiknya, Moorlife merupakan perusahaan yang memasarkan produk rumah tangga yang nyata dan memiliki manfaat bagi

[11] Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS

[12] Lestari Rahayu, Restiana Mei, Manopo Dania Amani, *Kompensasi Pay For Perfomance Dan Kinerja: Systematic Literature Revieu,* SOLUSI: Jurnal ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. Vol 24 no. 1 (2026) hal 10

konsumen. Produk-produk yang dijual berupa wadah makanan, botol minum, dan perlengkapan rumah tangga yang telah memiliki standar keamanan food grade serta sertifikasi mutu internasional ISO 9001. Dengan adanya produk yang jelas, halal, dan bermanfaat, maka sistem penjualan Moorlife telah memenuhi salah satu syarat utama dalam Fatwa DSN-MUI, yaitu adanya objek transaksi yang riil dan dapat dipertanggungjawabkan, QS. al-Baqarah 2: 275. Ayat ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli dengan objek nyata adalah bentuk perdagangan yang sah, berbeda dengan praktik riba yang diharamkan. Oleh karena itu, bonus yang lahir dari aktivitas penjualan produk moorlife memiliki legitimasi syariah.[13] produk tersebut jelas berwujud, halal, dan bermanfaat sehingga sesuai dengan definisi barang yang diperbolehkan dalam fatwa. Selain itu, komisi dan bonus di moorlife diberikan atas dasar penjualan riil, bukan sekadar perekrutan anggota baru, sehingga terhindar dari praktik money game yang diharamkan dalam fatwa. Dari harga produk yang dijual moorlife dipasarkan pada level harga yang wajar dan tidak mengandung excessive mark-up, sehingga memenuhi standar keadilan dalam transaksi.

Kedua, sistem bonus pada Moorlife juga diberikan berdasarkan hasil penjualan produk dan pencapaian target tertentu. Hal ini terlihat dari adanya bonus Personal Sales (PS), Unit Sales, Leadership Bonus, serta bonus perekrutan yang tetap dikaitkan dengan aktivitas penjualan dan pengembangan jaringan. Dengan demikian, bonus yang diterima anggota tidak diperoleh secara cuma-cuma, melainkan berdasarkan usaha nyata yang dilakukan oleh anggota tersebut. Sistem ini sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI yang menyatakan bahwa bonus dan

[13] *Ibid.*

komisi harus diberikan berdasarkan prestasi kerja nyata yang berkaitan langsung dengan volume penjualan barang atau jasa.[14]

Ketiga, Dalam Fatwa DSN-MUI juga dijelaskan bahwa bonus tidak boleh bersifat pasif tanpa adanya aktivitas penjualan atau pembinaan jaringan. Pada sistem Moorlife, anggota hanya akan memperoleh bonus apabila melakukan penjualan produk, mencapai target tertentu, atau aktif membangun jaringan. Artinya, tidak terdapat keuntungan tetap yang diterima anggota tanpa usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Moorlife tidak mengarah pada praktik money game karena sumber pendapatan utama tetap berasal dari transaksi produk yang nyata[15].

Keempat, dari aspek ketentuan hukum, fatwa DSN-MUI menetapkan bahwa transaksi PLBS harus memenuhi prinsip syariah dengan tidak mengandung unsur gharar, maysir, riba, dharar, dzulm, maupun maksiat[16]. Moorlife sudah menjelaskan secara terbuka mengenai mekanisme bonus, jenjang karir, dan target yang harus dicapai oleh anggota. Setiap level seperti EP, EP-L, dan EP-M memiliki ketentuan bonus yang berbeda sesuai dengan pencapaian masing-masing anggota. Dengan adanya kejelasan tersebut, maka unsur gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi dapat diminimalisir. Sistem ini juga menunjukkan adanya hubungan yang jelas antara usaha dan pendapatan yang diperoleh anggota. Keuntungan didapat secara langsung dari volume penjualan pribadi para member, sementara bonus dan reward di jenjang karir beserta downline-downlinenya (mitra kerja tingkat bawah) yang ada

[14]Qur'an Kemenag, Surah Al-Baqarah (Diakses pada 20 April 2026), 2026 https://quran.kemenag.go.id/

[15] Moorlife.id, https://moorlife.id Diakses 21 April 2026

[16] Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah/PLBS.

dijaringannya dan tingkatan level yang dicapai member tersebut jadi dalam point kedua ini moorlife sejalan dengan ketentuan fatwa yang menekankan bahwa komisi dan bonus harus berbasis pada kerja nyata dan tidak boleh menimbulkan ighra' atau janji keuntungan berlebihan yang dapat menjerumuskan.

Kelima, dari aspek ketentuan akad, fatwa DSN-MUI memperbolehkan penggunaan akad bai'/jual beli, ju'alah, wakalah, praktik di moorlife menunjukkan adanya penggunaan beberapa akad tersebut secara proporsional Transaksi produk dilakukan dengan akad bai'/jual beli antara perusahaan dan mitra usaha. Pemberian bonus didasarkan pada akad ju'alah, yakni janji imbalan atas keberhasilan mencapai target penjualan tertentu. Wakalah dalam hal saat Memprospek anggota baru yang akan bergabung yang Dimana menjelaskan Bagai mana cara penjualan, bonus di moorlife. Dengan demikian sistem akad yang berlaku di moorlife telah sesuai dengan ketentuan fatwa, tanpa adanya indikasi multi-akad yang terlarang.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menilai bahwa perusahaan tetap perlu meningkatkan edukasi kepada anggota terkait prinsip-prinsip syariah dalam bisnis MLM. Hal ini penting agar anggota tidak hanya fokus pada perekrutan dan bonus, tetapi juga memahami etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, dan larangan melakukan promosi berlebihan yang dapat menimbulkan ighra' atau iming-iming keuntungan yang tidak realistis. berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sistem pembagian bonus pada Moorlife secara umum telah sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah. Hal ini dapat dilihat dari adanya produk yang nyata dan halal, sistem bonus yang didasarkan pada penjualan riil dan

pembagian bonus didapat dari tugas yang diselesaikan dan sesuai dengan kerja nyata, tidak adanya unsur *money game*, serta penggunaan akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, praktik MLM pada Moorlife dapat dikategorikan sebagai sistem pemasaran berjenjang yang secara umum telah memenuhi prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Tinjauan Fatwa DSN-MUI NO.75 DSN-MUI/VII/2009 (Tentang MLM) Terhadap pembagian bonus pada produk moorlife, Dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem pembagian bonus pada produk Moorlife menggunakan mekanisme berjenjang yang disesuaikan dengan tingkat keanggotaan, yaitu mulai dari Entrepreneur (EP), Leader (EP-L), Mastership (EP-M), hingga distributor. Setiap jenjang memiliki ketentuan dan target tertentu yang harus dicapai oleh anggota. Bonus yang diperoleh tidak bersifat tetap, melainkan bergantung pada hasil penjualan produk serta kemampuan anggota dalam mengembangkan jaringan. Dengan demikian, semakin tinggi pencapaian dan posisi seseorang dalam struktur jaringan, maka semakin besar pula bonus yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang diterapkan bersifat berbasis kinerja (performance-based).
2. Apabila ditinjau berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah, sistem pembagian bonus pada Moorlife secara umum telah memenuhi prinsip-prinsip syariah. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek, di antaranya adanya objek transaksi yang jelas dan nyata berupa produk yang halal, tidak adanya unsur yang dilarang seperti gharar, maysir, riba, maupun dzulm,

serta sistem bonus yang diberikan berdasarkan hasil usaha atau penjualan riil. Bonus yang diperoleh anggota bukan semata-mata karena perekrutan anggota baru, melainkan karena adanya kontribusi nyata dalam aktivitas penjualan, sehingga tidak mengarah pada praktik money game. dari aspek akad yang digunakan, praktik pada Moorlife juga telah sesuai dengan ketentuan dalam hukum Islam. Transaksi jual beli produk dilakukan dengan menggunakan akad bai' (jual beli) yang sah, kemudian pemberian bonus didasarkan pada akad ju'alah, yaitu pemberian imbalan atas pencapaian target tertentu. Selain itu, dalam proses perekrutan dan pembinaan anggota baru, terdapat unsur akad wakalah Bil Ujrah, di mana anggota bertindak sebagai perwakilan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk. Kombinasi akad tersebut digunakan secara proporsional dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sehingga tidak termasuk dalam kategori multi-akad yang terlarang.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. kepada pihak Moorlife, diharapkan agar terus mempertahankan dan meningkatkan sistem pembagian bonus yang telah berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, perusahaan juga perlu menjaga transparansi dalam penyampaian informasi terkait mekanisme bonus, sistem kerja, serta ketentuan keanggotaan, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman di

kalangan masyarakat. Upaya ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mitra usaha, serta memperkuat citra sebagai perusahaan MLM yang berbasis syariah.

2. kepada para anggota atau mitra usaha Moorlife, disarankan agar lebih memahami secara mendalam terkait sistem kerja, khususnya dalam hal pembagian bonus, hak dan kewajiban, serta etika dalam menjalankan bisnis MLM. Anggota juga diharapkan tidak hanya berfokus pada perekrutan, tetapi lebih menekankan pada penjualan produk yang nyata, sehingga aktivitas yang dilakukan tetap sesuai dengan prinsip syariah dan tidak menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan
3. kepada masyarakat secara umum, diharapkan agar lebih selektif dan kritis dalam memilih serta mengikuti bisnis berbasis *Multi Level Marketing*. Penting untuk memastikan bahwa sistem yang digunakan benar-benar sesuai dengan prinsip syariah dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam, sehingga terhindar dari praktik bisnis yang merugikan
4. dihrapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dan kepada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek kajian. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat memberikan kontribusi yang lebih luas dalam pengembangan kajian hukum ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, Rifa'i. Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.

Adriansyah, Andri, dan Sri Hidayanti. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Fiqh Muamalah." Jurnal Indragiri Vol. 4, No. 3 (2024).

Afriani. "Implementasi Akad Ju'alah dalam Lembaga Keuangan Syariah." EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan Vol. 2, No. 2 (2018).

Agustin, Dwi, dkk. "Konsep dan Implementasi Akad Jual Beli dalam Lembaga Keuangan Syariah: Memahami Pondasi Rukun dan Syarat yang Mewujudkan Keadilan." Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Vol. 3, No. 1 (2025)

Aida, Afifah Nur. "Jual Beli yang Sah Menurut Islam: Ayat Al-Qur'an dan Hadis sebagai Pedoman." Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Vol. 1, No. 2 (2024)

Ali, Zainuddin. Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Antonio, M. Syafi'i. Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum. Jakarta: Tazkia Institute, 1999.

Ardiansyah, Risnita, dan M. Syahran Jailani."Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif." Jurnal IHSAN Vol. 1, No. 2 (2023).

Azifah, Azifatu. Tinjauan Fatwa DSN-MUI terhadap Multi Level Marketing Bisnis Oriflame. Skripsi, 2021.

Bahruddin, Moh. Multi Level Marketing dalam Perspektif Hukum Islam. Skripsi, 2011.

Bimantara, Galih, dan Fadel Muhammad. "Jual Beli dalam Hukum Islam." Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 9, No. 2 (2025).

Daeli, Nisarani. "Dampak Pemberian Bonus terhadap Kinerja Karyawan di CV. Tumiran." Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol. 6, No. 3 (2024).

Djuwaini, Dimyauddin. Pengantar Fiqh Muamalah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Fageh. "Jual Beli dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis." Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 9, No. 2 (2023).

Fathul, Khair, dkk. "Eksistensi Maysir di Kabupaten Gorontalo." Jurnal Al-Kharaj Vol. 5, No. 2 (2025).

Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Fitria, Idatur, dan Muhammad Yazid. “Theoretical Study of the Wakalah Contract in the Perspective of Islamic Economics.” Journal Muamalah 11, no. 2 (2025): 150–151.

Gazali. "Konsep Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Syariah." Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman Vol. 13, No. 2 (2018).

Haroen, Nasrun. Fiqh Muamalah. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

Haryono. "Konsep Al-Ju'alah dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-hari." Al-Mashlahah Vol. 6, No. 2 (2018).

Irawati. Multi Level Marketing (MLM). Skripsi, 2012.

Jannah, Shofiatul, dkk. Fiqih Muamalah. Padang Pariaman: Lingkar Edukasi Indonesia, 2025.

Karim, Adiwarman A. Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.

Kyila Az Zahra, Mariskha Nadia Rahayu, dan Najwa Rahmalia. “Al-Wakalah Dalam Praktik: Memahami Jenis-Jenis dan Penerapannya di Era Modern.”

Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi 24, no. 11 (Oktober 2024): 761–770.

Lubis, Suhrawardi K., dan Farid Wajdi. Hukum Ekonomi Islam. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.

Maripatul, Uula Mimma, Aam Slamet Rusydiana, dan Siti Mausyaroh. “Fiqh Contracts for BPJS Ketenagakerjaan Syariah: A Conceptual Approach to Wakalah bil Ujrah, Wakalah bil Istithmar, and Tabarru'.” Jurnal Jmasostek 3, no. 2 (2025): 144.

Moorlife. Katalog Moorlife Edisi Juli 2025-Juni 2026.

Moorlife. "Website Resmi Moorlife."https://moorlife.id (diakses 25 November 2025).

Nasution. Metode Research. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.

Nawawi, Ismail. Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.

Neri Aslina et al. “Implementasi Kontrak Wakalah dalam Perspektif Fikih Muamalah: Kajian Kepustakaan terhadap Prinsip, Syarat, dan Validitas Akad.” Addayyan 19, no. 2 (Desember 2024): 11–28.

Nurhisam, Luqman. "Multi Level Marketing dalam Tinjauan Hukum Islam." Tawazun: Journal of Sharia Economic Law Vol. 2, No. 2 (2019).

Obaidullah, M. Islamic Financial Services. Jeddah: Islamic Economics Research Center, 2005.

Prakoso, Abdul Rahman. "Mekanisme Pemberian Bonus di Oriflame Menurut Fatwa DSN-MUI." Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 2, No. 2 (2020).

Qur'an Kemenag. https://quran.kemenag.go.id (diakses 20 April 2026).

Rasjid, Sulaiman. Fiqh Islam. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2010.

Rozalinda. Fikih Ekonomi Syariah. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

Sabiq, Sayyid. Fikih Sunnah. Bandung: PT. Al Ma'arif, 1987.

Sari, Milya, dan Asmendri. "Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pendidikan IPA." Natural Science Vol. 6, No. 1 (2020).

Snyder, H. "Literature Review as a Research Methodology." Journal of Business Research Vol. 104 (2019).

Sunarto, Ahmad. Terjemahan Shahih Bukhari. Semarang: Asy-Syifa', 1993.

Situmorang. Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis.

Sula, M. Syakir. Asuransi Syariah. Jakarta: Gema Insani, 2004.

11 Wahbah az-Zuhaili. Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu. Beirut: Dar al-Fikr, 1997.

11 Winardi. Motivasi dalam Manajemen. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011