

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DALAM PEREKRUTAN  
MEMBER MAHKOTA SUKSES INDONESIA(MSI) PADA BISNIS  
*MULTI LEVEL MARKETING* DI KABUPATEN  
POLEWALI MANDAR**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah  
dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam  
Negeri (STAIN) Majene

Oleh:

**NURINDA SARI**  
NIM : 20256120020

**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)  
MAJENE  
2025**

## SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar**”, yang disusun oleh saudari **Nurinda Sari, NIM : 20256120020**, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 30 Juli 2025 M. Bertepatan dengan 5 Shafar 1447 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, dengan beberapa perbaikan.

Majene, 20 Agustus 2025 M

26 Shafar 1447 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua	: A. Jusran Kasim, S.HI., M.H	(.....)
Sekretaris	: Ardiansyah, S.H., M.H	(.....)
Pembimbing I	: Noercholis Rafid.A, M.H.I	(.....)
Pembimbing II	: Atirah, MPd.	(.....)
Penguji I	: Hasan Basri, S.E.,M.Si	(.....)
Penguji II	: Aminuddin Lahami, S.H., M.H	(.....)

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan,

  
**Nuzha, S.Sy., M.H.I**  
NIP.19871207201801 2 002

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **NURINDA SARI, NIM : 20256120020**, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar”**, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 07 Mei 2025

**Pembimbing I**



**Noercholis Rafid. A. M.H.I**  
**NIP. 19840824 201903 1 002**

**Pembimbing II**



**Atirah, S.Pd., M.Pd**  
**NIP. 19951208 202012 2 021**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurinda Sari  
NIM : 20256120020  
Tempat/Tgl.Lahir : Lampoko/ 20 Agustus 2001  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan  
Member Mahkota Sukses Indonesi(MSI) pada bisnis *Multi  
Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebahagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Majene, 07 Mei 2025

Penyusun,



**Nurinda Sari**  
NIM: 20256120020

## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesi(MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar**” dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Ramli** dan ibunda **Idawati** yang telah membesarkan, mendo'akan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

2. Ibu Nuzha, S.Sy., M.H.I selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
4. Bapak Noercholis Rafid. A, M.H.I dan Ibu Atirah, M.Pd sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu, memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak Hasan Basri, SE., M.Si dan Bapak Aminuddin Lahami, S.H., M.H sebagai Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Kepada orang yang tak kalah penting kehadirannya, keluarga penulis yakni kakak ku satu satunya Irmawati, S.Pd dan pasangan Muksin, S.Pd.SD yang selalu mendukung dan memberi bantuan tiada batas kepada penulis, dan juga untuk semangat yang diberikan oleh adik-adik ku Irham, Intan, Iqwan, Ikram, Isra', Ishaq dan keponakanku Mihran, Miftah dan Irsyad yang sangat penulis cintai dan sayangi.
9. Kepada sahabat saya di kupu-kupu siang, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, sahabat seperjuangan penulis di

perkuliahan, terimakasih atas semua support dan dukungannya selalu menemani proses penulis selama perkuliahan.

10. Kepada teman-teman seperjuangan di program studi hukum ekonomi syariah (HES 1) yang tidak bisa penulis tuliskan namanya satu persatu, terima kasih karena telah saling memotivasi untuk meraih pencapaian yang diinginkan.
11. Kepada keluarga besar teman-teman KKN posko Lombang yang masih menunjukkan sikap kekeluargaannya sampai saat ini, terimakasih karena masih bertahan sampai saat ini.
12. Terakhir penulis mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri Nurinda Sari, yang telah bertahan hingga saat ini. Terimakasih karena tidak menyerah meskipun kadang langkah terasa berat untuk diteruskan. Terimakasih karena telah memilih untuk melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini akan membawa. Aku berdoa, semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang baik, tulus, dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah SWT. aamiin.

Majene, 07 Mei 2025

Penulis



**Nurinda Sari**  
**20256120020**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN LITERASI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus .....	8
D. Penelitian Terdahulu. ....	10
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b> .....	<b>15</b>
A. Hukum Ekonomi Syariah .....	15
1. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah.....	15
2. Sumber Hukum Ekonomi Syariah .....	16
3. Prinsip-Prinsip Hukum Ekonomi Syariah.....	19
B. Rekrutmen (Perekrutan) .....	21
1. Rekrutmen (Perekrutan).....	21
2. Rekrutmen dalam Pandangan Islam.....	23
3. Perbedaan Rekrutmen MLM dan Rekrutmen Perusahaan pada Umumnya.....	24
C. <i>Multi Level Marketing</i> .....	26

1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> .....	26
2. Pengawasan <i>Multi Level Marketin</i> .....	28
3. Sekilas Tentang Mahkota Sukses Indonesia (MSI) .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian .....	32
B. Lokasi Penelitian .....	32
C. Pendekatan Penelitian .....	33
D. Sumber Data .....	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Instrument Penelitian .....	35
G. Tehnik Pengolahan dan Analisis Data .....	36
H. Pengujian Keabsahan Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
B. Identitas Informan.....	43
C. Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> di Kabupaten Polewali Mandar.....	43
D. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> di Kabupaten Polewali Mandar.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Implikasi Penelitian .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>
<b>BIOGRAFI SINGKAT PENULIS.....</b>	<b>81</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>ṣa</i>	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ḥa</i>	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>ṣad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>ḍad</i>	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>ṭa</i>	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>ẓa</i>	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	apostrof terbalik
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef

ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
هـ	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamza</i>	,	Apastrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	<i>fathah dan yā’</i>	Ai	a dan i
اؤ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...إ	fathah dan alif atau yā'	Ā	a dan garis di atas
ى	kasrah dan yā'	Ī	a dan garis di atas
و°	dammah dan wau	Ū	a dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Jika pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfal*

الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : *al madinah al-fadilah*

## 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf ي ber-tasydid di akhir sebuah kata dan di dahului oleh huruf kasrah (i), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيٌّ : *'Arabī* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

## 6. Kata sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang di transliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyyah maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *az-zalzalah* (*az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَاد : *al-bilādu*

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْع : *al-nau'*

سَيِّءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademi tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus di transliterasi secara utuh,

Contoh:

*Fī Zilāl al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

#### 9. Lafaz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasanominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh*

بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah*di akhir kata yang disandarkan kepada Lafz alJalālah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī raḥmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kalimat (All caps), dalam transliterasinya huruf huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-) ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi 'a linnāsi lallaẓī bi Bakkatamubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unẓila fīh al-Qur'ān*

*Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī*

*Abū Naṣr al-Farābī*

*Al-Gazālī*

*Al-Munqiz min al-Ḍalāl*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subhanallahu wa ta'ala</i>
saw.	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-salam</i>
H.	=	Hijrah
M.	=	Masehi
SM.	=	Sebelum Masehi
I.	=	Lahir tahun (untuk orang masih hidup saja).
w.	=	Wafat tahun
QS .../....4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran 3:4
HR	=	Hadis Riwayat

Untuk karya ilmiah berbahasa Arab, terdapat beberapa singkatan sebagai berikut:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه و سلم
ط	=	طبعه
دن	=	بدون
الج	=	الى آخرها الى آخره
ج	=	جزء

## ABSTRAK

**Nama** : Nurinda Sari  
**NIM** : 20256120020  
**Fakultas/Jurusan** : Ekonomi dan Bisnis Islam / Hukum Ekonomi Syariah  
**Judul** : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan  
Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada Bisnis  
*Multi Level Marketing* Syariah di Kabupaten Polewali  
Mandar

---

Bisnis berjenjang *Multi Level Marketing* cukup berkembang di Kabupaten Polewali Mandar khususnya MLM Mahkota Sukses Indonesia dimana member dan produknya sudah banyak dijumpai di masyarakat. Penelitian ini membahas tentang 1) perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar, dan 2) tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* syariah di Kabupaten Polewali Mandar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan teologi normatif syar'i dan pendekatan sosiologis. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia di Kabupaten Polewali Mandar dilakukan dengan pendekatan personal oleh member aktif, presentasi produk melalui *home sharing*, pendaftaran dan pembelian paket awal, dan terakhir pembuatan akun member MSI resmi, selain itu dalam proses perekrutannya terdapat beberapa prinsip hukum ekonomi syariah yang tidak terpenuhi seperti prinsip keadilan, prinsip amanah dan kejujuran termasuk pada praktik yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan) serta mendekati *tadlis* (penipuan). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas, maka peneliti menawarkan beberapa solusi yang harus dilakukan sebagai implikasi dari penelitian, yaitu 1) pihak MSI diharapkan melakukan evaluasi terhadap sistem perekrutan membernya agar lebih menekankan pada penjualan produk yang nyata, bukan semata-mata pada perekrutan anggota baru sehingga melakukan iming-iming yang berlebihan dalam perekrutannya 2) dan masyarakat seharusnya lebih selektif dan kritis dalam mengikuti bisnis berbasis *Multi Level Marketing*, agar tidak mudah tergiur dengan iming-iming bonus instan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. *Latar Belakang Masalah*

Setiap tahun bisnis *Multi Level Marketing*(MLM) telah merekrut karyawan dengan jumlah yang banyak. Perekrutan ini disertai dengan iming-iming bonus yang membuat mereka tertarik. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Komisi Perdagangan Federal Amerika Serikat, yang dikutip dalam Liputan 6 menyatakan bahwa beberapa perusahaan yang menggunakan sistem MLM telah mengeksploitasi member jaringan mereka. Berdasarkan laporan survei terhadap bisnis MLM pada 350 perusahaan MLM yang tergabung pada website Komisi Perdagangan Federal Amerika Serikat, setidaknya terdapat 99% orang yang bergabung dengan perusahaan MLM mengalami kerugian.<sup>1</sup> Hal ini dinilai dapat terjadi karena kebanyakan dari mereka bergabung bukan karena produknya ataupun karena telah adanya perencanaan yang matang untuk berbisnis, tapi mereka telah terpengaruh atas janji jika bergabung maka mereka akan kaya dengan cepat dan mudah. Selain alasan tersebut, pada dasarnya bentuk perekrutan member MLM seringkali menawarkan janji mendapatkan bonus dan keuntungan yang sangat menggiurkan dengan hanya mendaftar dan kemudian menjual produk milik perusahaan, itulah yang menjadi motivasi para member baru untuk bergabung.<sup>2</sup>

Jika melihat fakta yang ada, ternyata adanya iming-iming dalam perekrutan member MLM sudah dipandang sebagai hal yang lumrah untuk dilakukan. Hal ini menjadi sesuatu yang perlu dicemaskan melihat sekarang, telah

---

<sup>1</sup>Husnul Abadi, "Apa Itu MLM? Pahami Strategi Pemasaran Berjenjang dan Cara Kerjanya" *Blog Liputan6.Com*, diakses pada Oktober 2024, Waktul 20:00 WITA.

<sup>2</sup>Sukrno, Dkk, "Strategi dan Teknik Persuasi Perekrutan Calon Anggota Baru (Studi Kasus Kebahasaan pada Bisnis *Multi Level Marketing* Bodong)" *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra dan Pengajarannya* Vol. 7 Nomor II, h. 407.

banyak perusahaan yang menerapkan sistem bisnis *Multi Level Marketing*.<sup>3</sup> Bahkan jika dihitung, telah mencapai ratusan perusahaan yang menjalankan tehnik penjualan langsung.<sup>4</sup> Jika hal tersebut terus berlanjut dalam merekrut member baru, maka akan menimbulkan suatu persoalan dalam masyarakat terkait perekrutan member bisnis MLM, salah satunya yaitu masyarakat yang akhirnya menjadi korban praktik yang tidak sehat. Serta praktiknya yang berorientasi pada transaksi yang tidak rill, tidak fair dan terdapat unsur penipuan dan kebohongan.<sup>5</sup> Salah satu MLM yang dapat dilihat sekarang yaitu MLM produk MSI. Pada observasi awal, peneliti melihat proses perekrutan member pada MSI dilakukan dengan menawarkan secara langsung kepada calon member untuk bergabung menjadi member MSI. Member menjelaskan keuntungan yang didapatkan akan lebih banyak dari jumlah uang yang digunakan untuk mendaftar dan seringkali memberikan janji bonus dan iming-iming hadiah yang sangat menggurikan. Jika setuju untuk bergabung maka calon member harus membayar biaya awal dan mendapat produk yang akan dijual. Tidak sampai disini saja, jika calon member tidak setuju untuk bergabung karena alasan tidak punya biaya pendaftaran, maka para member memberi keringanan dengan memberikan produk secara percuma untuk dipromosikan atau dijual dengan syarat hasil jualan tersebut akan digunakan sebagai pengganti biaya pendaftaran dan jika jumlah uang yang terkumpul telah mencapai jumlah biaya pendaftaran, maka calon member tersebut telah berhasil bergabung dan menjadi member resmi dari MLM MSI tersebut. Melihat hal ini,

---

<sup>3</sup>Amilatus Sholikhah, "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik MLM pada Bisnis MSI di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso" *Skripsi*: (Jember : Fakultas Syariah), h. 2.

<sup>4</sup>Moh. Bahruddin, "Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam" *Jurnal : ASAS* Vol. 3 Nomor II, h. 65.

<sup>5</sup>Wiwik Damayanti, dkk., "Sistem Bisnis Multi Level Marketing pada Member Imogen Perspektif Etika Bisnis : Studi Kasus di Kota Metro" *FALAH : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 3, Nomor II, h. 2.

maka penerapan iming-iming yang dilakukan para member demi mendapat banyak member dan untuk melebarkan jangkauan bisnis MLM syariah bukanlah sesuatu yang ideal untuk dilakukan dengan alasan apapun,<sup>6</sup> karena melakukan iming-iming berarti memberikan janji yang belum pasti akan bisa didapatkan. Terlebih lagi mayoritas member adalah umat muslim, sehingga perlu memperhatikan segala sesuatunya berdasarkan pada prinsip Islam.

Dalam Islam, iming-iming yang menipu atau menjanjikan sesuatu yang tidak realistis atau tidak benar dapat dikategorikan sebagai tindakan yang dilarang, terutama jika melibatkan praktik yang menyesatkan atau merugikan orang lain.<sup>7</sup> Meskipun tidak ada ayat yang secara eksplisit menyebutkan kata “iming-iming”, terdapat prinsip dalam al-Qur’an dan hadis yang mengatur masalah ini, terutama terkait dengan ketulusan, kejujuran dan larangan menipu. Salah satu ayat sering dirujuk terkait dengan larangan berbuat curang atau menipu adalah dalam surah Al-Baqarah/2: 188 berikut:

وَقَالَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ لَوْلَا يُكَلِّمُنَا اللَّهُ أَوْ تَأْتِينَا آيَةٌ كَذَلِكَ قَالَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ مِثْلَ قَوْلِهِمْ تَشَابَهَتْ قُلُوبُهُمْ قَدْ بَيَّنَّا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يُوقِنُونَ ﴿١١٨﴾

Terjemahnya:

Orang-orang yang tidak mengetahui berkata, “Mengapa Allah tidak berbicara dengan kita atau datang tanda-tanda (kekuasaan-Nya) kepada kita?” Demikian pula orang-orang yang sebelum mereka telah berkata seperti ucapan mereka itu. Hati mereka serupa. Sungguh, telah Kami jelaskan tanda-tanda (kekuasaan Kami) kepada kaum yang yakin.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup>Rosyada Nur Fauziyah, “Pengertian Bisnis MLM: Ciri-ciri, Tujuan dan Contohnya”, *Gramedia Blog* 2022, diakses pada 25 Mei 2024, Waktu 14:20 WITA.

<sup>7</sup>Anita Rahmawaty, “Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Equilibrium* Vol. 2 Nomor I, h. 80.

<sup>8</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya* (Diponegoro: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 29.

Terjemahan Bahasa Mandar:

*Anna to andiang maissang ma'uang: "mangapai Puang Allah Taala na andiang mappau di iyami' iyade' napapolei mai di iyami' alama' akkuasang-Na?" Bassa topa to di andiangnapai ise'iya ma'uang sitteng paunna ise'iya di'o. Atena ise'iya sitte-tengan. Sitongangna Iyami' pura mappannassa tanda-tanda (alama') akkuasa'I lao di kaum iya makanyyang.<sup>9</sup>*

Ayat ini jelas mengingatkan umat Islam untuk tidak mengambil atau menggunakan harta orang lain secara tidak sah atau dengan cara yang salah, termasuk melalui janji yang tidak bisa ditepati atau iming-iming yang menipu. Islam memandang iming-iming dalam perekrutan atau promosi mendapatkan bonus dan hadiah sebagai tipu muslihat dan perjudian, karena perekrutan bisnis MLM yang sesuai dengan syariah berarti harus memiliki kejelasan. Sesuai dengan ciri-ciri MLM syariah yaitu produk dipastikan halal dan *thoyib* (berkualitas) dari semua aspek, harus saling ridha antara penjual dan pembeli dengan tidak ada paksaan atau manipulasi, sistem pemasaran yang dijalankan harus sesuai *syara'* (tidak ada penipuan iming-iming yang terlalu melampaui batas dan manipulasi), serta pihak perusahaan dalam menjalankan MLM hendaklah memastikan distributornya dengan membiasakan diri dengan etika atau adab-adab yang sesuai syariat Islam.<sup>10</sup> Mengenai perbedaan perekrutan MLM syariah dan MLM non syariah pada dasarnya jika MLM tersebut merupakan MLM syariah maka proses perekrutannya tidak akan ada iming-iming bonus, tidak ada penipuan dan manipulasi karena MLM syariah tidak hanya mementingkan keuntungan dunia tetapi juga akhirat. Sedangkan MLM non syariah seringkali mengutamakan perekrutan untuk mendapatkan bonus sehingga dalam proses perekrutannya akan

---

<sup>9</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, (Cet. 1: Makassar: Balitbang Agama Makassar, 2019) h. 29.

<sup>10</sup>Suadi, "*Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*" (Cet. I; Yogyakarta: CV. Halaman Indonesia, 2020), h. 39-40.

menghalalkan segala cara untuk menarik perhatian calon member karena tujuan utamanya yaitu mendapat keuntungan.

Begitu pula dengan perekrutan member MSI seharusnya selalu mengedepankan kejujuran serta tidak ada unsur penipuan hingga iming-iming didalamnya. Akan tetapi, pada observasi awal terhadap perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) bisnis MLM ini, peneliti menemukan fakta bahwa demi mendapatkan konsumen dan member baru dibawah jenjang mereka, para member bisnis MSI merekrut member baru dengan iming-iming dan menjanjikan bonus besar dengan mudah dan cepat didapatkan contohnya seperti mendapat HP setara 1 jt, laptop setara 5 jt, sepeda motor setara 15 jt bahkan mobil setara 150jt hingga 400jt dan juga mendapat tiket tour gratis keluar kota hingga keluar negeri jika kita bergabung kedalam jaringan tersebut.<sup>11</sup> Dan jika dipikirkan untuk memperoleh hal tersebut dalam waktu singkat merupakan hal yang tidak rasional, kecuali jika dikatakan butuh waktu dan proses yang panjang untuk mendapatkannya. Dengan melihat fakta yang ada, banyak dari mereka yang mengaku telah lama bergabung kedalam jaringan bisnis dan menjanjikan bonus besar justru menggunakan kendaraan berupa motor lama, dan hal ini berbeda dengan apa yang mereka janjikan yakni motor baru seharga 15jt hingga mobil seharga ratusan juta. Selain itu, banyak member dari kalangan pelajar dan mahasiswa mengaku belum mendapat reward setidaknya reward paling kecil yakni HP ataupun laptop selama menjadi member.<sup>12</sup> Ini memberi artian bahwa kebanyakan dari anggota MLM ikut bergabung kedalam jaringan bisnis tersebut

---

<sup>11</sup>Erza (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, 05 Juni 2024, Waktu 10:00 WITA.

<sup>12</sup>Nurul (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Baru', Kec. Mapilli, 04 Juni 2024, Waktu 13:00 WITA.

karena iming-iming bonus. Dengan harapan agar mendapat kekayaan secara cepat dengan waktu sesingkat mungkin bukan karena membutuhkan produknya.

Jika melihat hal tersebut maka akan memunculkan masalah dari perekrutan dengan iming-iming yaitu perusahaan akan mengalami kerugian ketika member menggunakan kekuatan dari rencana pemasaran hanya untuk merekrut member baru mereka pasti akan mengalami kegagalan. Member tidak bisa menipu, menjanjikan dan membodohi para member dibawah jenjang mereka dalam waktu lama. Orang-orang tidak bodoh, mereka akan segera menyadari jika dalam posisi yang dirugikan. Jika para member tidak mendapat bonus seperti yang dijanjikan maka mereka akan putus asa dan berhenti dari bisnis, hal ini menyebabkan member yang berada diatas mereka kehilangan bonus bulanannya dan akhirnya mereka juga akan keluar dari bisnis ini. Oleh karena itu, program yang seharusnya dijalankan harus memberikan keuntungan kepada member yang berada pada level bawah. Jangan terperangkap pada jebakan untuk membujuk, meminta dan mengemis pada *downline* kita untuk tetap berada sebuah program yang tidak memberi nilai.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini, bisnis MSI merupakan bisnis yang berdiri pada tahun 2018 yang menyediakan produk kecantikan dan kesehatan kulit oleh para ahli dengan kualitas yang baik, dan dengan harga terjangkau.<sup>14</sup> Bisnis MSI ini merupakan salah satu dari banyaknya bisnis yang pemasarannya dilakukan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM). Seperti bisnis *Multi Level Marketing* pada umumnya, bisnis produk MSI ini juga memberikan penghasilan untuk para member, dimana penghasilan tersebut didapatkan dari bonus sponsor, bonus pasangan dan

---

<sup>13</sup>Baju Pramutoko, "Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Kediri" *Jurnal Cendekia* Vol.10, Nomor III, h. 81.

<sup>14</sup>Official Website PT.MSI. 2023. *Profil Perusahaan MSI* <https://mymsi.co.id/id/beranda/> diakses pada 7 juni 2024, waktu 16:30 WITA.

juga reward. Ketiga penghasilan tersebut akan dengan mudah didapatkan jika member aktif dalam mengembangkan jaringannya.<sup>15</sup> Demikianlah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti bisnis PT Mahkota Sukses Indonesia sebab bisnis ini berbeda dengan bisnis lainnya. Dalam bisnis MSI ini tidak ada tuntutan dan sistem tutup poin. Target dibuat oleh diri sendiri, jika mereka ingin cepat sukses maka mereka harus memiliki target yang matang. Semakin banyak anggota maka akan semakin banyak yang memasarkan produknya dan akhirnya akan semakin banyak pula bonus yang dijanjikan, kualitas produknya pun tidak perlu dicemaskan lagi sebab harga, kualitas serta manfaatnya juga sangat sesuai.

Meskipun begitu, pada praktiknya yang berbasis *Multi Level Marketing* menjadikan masyarakat banyak yang menilai bahwa bisnis MLM ini hanya memberi keuntungan sebelah pihak saja, sehingga mereka masih ragu apakah bisnis MLM ini boleh dilakukan dalam Islam atau tidak. Dari semua hal tersebut yang menjadi kegelisahan saat ini adalah apakah cara mereka merekrut member baru telah sejalan dengan prinsip syariah. Padahal boleh atau tidaknya aktivitas yang dilakukan, dilihat dari cara mereka melakukan pekerjaan yang harus didasarkan atas prinsip syariah.

Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian ini penting dilakukan guna untuk mengetahui bagaimana perekrutan member MSI sistem bisnis *Multi Level Marketing* syariah di Kabupaten Polewali Mandar dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan yang dilakukan tersebut. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada Bisnis *Multi Level Marketing* Syariah di Kabupaten Polewali Mandar”.

---

<sup>15</sup>Anisa (24 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sidodadi, Kec. Wonomulyo, 04 Juni 2024, Waktu 14:40 WITA.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perekrutan member MSI pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan member MSI pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar?

### **C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus**

Agar penelitian ini lebih terarah dan terstruktur, selain itu agar tidak salah penafsiran terhadap penelitian ini, maka peneliti mencantumkan fokus penelitian dan deskripsi fokus, yaitu sebagai berikut:

<b>No</b>	<b>Fokus Penelitian</b>	<b>Deskripsi Fokus</b>
1.	Hukum Ekonomi Syariah	Hukum ekonomi syariah merupakan sebuah aturan yang bersifat mengikat dan dijadikan sebagai pedoman dalam membahas masalah ekonomi berdasarkan prinsip syariah, yakni prinsip ketuhanan, prinsip keadilan, prinsip amanah, prinsip kebebasan, dan prinsip kebolehan bertransaksi. Dalam penelitian ini, hukum ekonomi syariah yang disoroti yaitu mengkaji kegiatan yang dilakukan oleh para member bisnis MSI dalam merekrut calon member baru dibawah jenjang mereka. Kemudian, melihat perspektif syariah dengan mengkaji lebih jauh kesesuaiannya dengan nilai-nilai atau prinsip ekonomi syariah.

2.	Perekrutan member / Rekrutmen	Perekrutan adalah proses mencari dan memilih orang yang tepat untuk bekerja di suatu perusahaan atau organisasi. Dalam penelitian ini, perekrutan yang dimaksud berfokus pada perekrutan anggota baru yang dilakukan oleh setiap member MSI. Cara mereka merekrut yakni dengan mendatangi secara langsung calon member dan mengajaknya untuk mendengarkan penjelasan mengenai cara kerja MSI, menjanjikan bonus dan reward yang akan didapatkan jika bergabung kedalam jaringan, menceritakan kisah sukses member sebelum mereka yang berhasil mendapatkan banyak bonus dan reward yang banyak, karena hal ini merupakan tugas wajib setiap member. Setelah itu, jika tertarik maka member akan mengajak calon member untuk bergabung kedalam jaringan dengan syarat membeli paket produk MSI sebagai bentuk biaya pendaftaran. Dengan transaksi tersebut maka otomatis mereka akan menjadi member resmi dan mendapat <i>ID card</i> MSI sekaligus dapat langsung menjual produk serta dapat merekrut member baru lagi dibawah jenjang mereka.
3.	<i>Multi Level Marketing</i> (MLM).	Multi Level Marketing ialah strategi pemasaran yang bertingkat, dimana sistem penjualannya menuntut untuk memasarkan produk sekaligus mencari dan merekrut member sebanyak-banyaknya jika ingin

	mendapat bonus atau penghasilan yang berlipat. Dalam penelitian ini, sistem MLM yang dikaji adalah sistem MLM yang dilakukan oleh member MSI dalam pemasaran produknya. Dalam praktiknya para member diharuskan untuk mempromosikan barang sekaligus memberikan kesempatan pada pelanggan atau konsumen untuk bergabung kedalam jaringan bisnis dengan menjual produk serta mendapat keuntungan. Dimana pada penelitian ini, fokus penelitian akan mengarah kepada MLM pada bisnis MSI.
--	---

#### **D. Penelitian Terdahulu.**

Berkenaan dengan judul penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian dari beberapa sumber literatur, dengan maksud untuk mengetahui serta memahami konsep perekrutan member MSI sistem bisnis *Multi Level Marketing* perspektif hukum ekonomi syariah yang dikaji oleh peneliti lain, hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi penelitian yang sama atau bersifat pengulangan.

1. Dewi Itsnaini (2023), dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Hukum Terhadap Mekanisme Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Pada Tiens Syariah Pekalongan”<sup>16</sup> dalam penelitiannya, membahas mengenai bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) yang selaras dengan penelitian ini. Dalam penelitian tersebut membahas bisnis MLM yaitu Tiens syariah yang mencari tahu hukum mekanisme bisnis MLM pada Tiens syariah serta

---

<sup>16</sup>Dewi Itsnaini, “Analisis Hukum Terhadap Mekanisme Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada Tiens Syariah Pekalongan” *Skripsi* (Fakultas Syariah, UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023).

bagaimana hukum harga produk yang diatas rata-rata dari harga pasaran. Dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), penelitian tersebut menyimpulkan bahwa adanya unsur seperti adanya unsur paksaan, ketidakjujuran, ketidakadilan, ketidakseimbangan para pihak maka hal tersebut bertentangan dengan asas-asas dalam melakukan suatu akad. Serta mengenai harga produk yang dijual diatas rata-rata berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah itu tidak ada dalil yang melarang sehingga dibolehkan asal memenuhi rukun dan syarat.

Berbeda halnya dalam penelitian tentang “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada Bisnis *Multi Level Marketing* Syariah di Kabupaten Polewali Mandar” penelitian ini melihat cara perekrutan member MSI dalam tinjauan hukum ekonomi syariah yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, dalam penelitian ini lebih fokus kepada meneliti cara perekrutan member atau anggota MSI. Dan meneliti kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip dalam hukum ekonomi syariah.

2. Siti Nurhasanah (2022), dalam skripsinya yang berjudul “Bisnis *Multi Level Marketing* pada Aplikasi Fingo Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Member Fingo di Desa Buntu Kroya)”<sup>17</sup> dalam skripsinya memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana sistem MLM pada aplikasi Fingo di Desa Buntu Royo dan melihat kesesuaiannya dengan perspektif Hukum Islam dan membahas mengenai sistem bisnis, praktik serta bonus yang diberikan dalam MLM yang dijalankan member Fingo. Dalam skripsi ini memiliki kesamaan dengan yang akan diteliti oleh calon peneliti yaitu

---

<sup>17</sup>Siti Nurhasanah, “Bisnis Multi Level Marketing pada Aplikasi Fingo Perpektif Hukum Islam (Studi Kasus Member Fingo di Desa Buntu Kroya)” *Skripsi* (Purwokwetos: Fakultas Syariah, 2022).

sama-sama membahas mengenai bisnis *Multi Level Marketing* yang meneliti member yang selaras dengan penelitian ini, serta sama-sama menggunakan penelitian lapangan. Namun yang menjadi pembeda dalam penelitian ini adalah penelitian calon peneliti lebih fokus kepada praktik perekrutan yang dilakukan oleh member MSI, sedangkan skripsi terdahulu tersebut lebih fokus kepada tinjauan Islam terhadap aplikasi Fingo. Perbedaan mendasar yang lainnya terletak pada produk MLM yang dibisniskan MSI merupakan produk kecantikan dan kesehatan sedangkan aplikasi Fingo merupakan aplikasi online *marketplace* berbasis MLM yang bisa digunakan untuk produk-produk Asia Tenggara.

3. Putra Adi Wibowo (2020), dalam skripsinya yang berjudul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Sistem *Multi Level Marketing* PT. Melia Sejahtera di Kota Bengkulu"<sup>18</sup> dalam skripsinya membahas mengenai sistem bisnis *Multi Level Marketing* PT. Melia Sehat Sejahtera. Dalam skripsi ini lebih berfokus pada pengkajian tentang sistem bonus jaringan MLM dalam tinjauan hukum ekonomi syariah. Kesamaan dari skripsi dan judul yang akan diteliti oleh calon peneliti ialah bagaimana bisnis MLM tersajikan dalam nilai-nilai keislaman. Disamping itu metode yang dipakai dalam skripsi ini menggunakan metodologi kualitatif seperti halnya dengan metode yang akan calon peneliti pakai dalam mendiskripsikan fakta di lapangan. Adapun perbedaan dengan penelitian yang akan calon peneliti teliti yaitu selain dari objek penelitian dan lokasi yang berbeda, skripsi ini lebih fokus kepada bagaimana sistem bonusnya dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap MLM yang

---

<sup>18</sup>Putra Adi Wibowo, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera di Kota Bengkulu" *Skripsi* (Bengkulu :Fakultas Syariah, 2020).

dijalankan tersebut sedangkan calon peneliti lebih berfokus pada praktik perekrutan member bisnis MLM dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada Bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar”.

## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui perekrutan member MSI pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar.
- b. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan member MSI pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan ataupun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan ataupun pengetahuan terkait tinjauan hukum ekonomi syariah dalam perekrutan member MSI pada sistem bisnis *Multi Level Marketing*.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini tentunya diharapkan dapat bermanfaat secara praktis bagi banyak pihak, diantaranya adalah sebagai berikut :

##### **1) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi STAIN Majene, seperti sebagai penambah koleksi literatur di perpustakaan, dan tentunya penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau mahasiswi STAIN Majene untuk dijadikan

sebagai rujukan atau sumber informasi terkait tinjauan hukum ekonomi syariah dalam perekrutan member MSI pada sistem bisnis *Multi Level Marketing*.

#### 2) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat terutama bagi masyarakat Kabupaten Polewali Mandar untuk memberikan pemahaman terkait tinjauan hukum ekonomi syariah dalam perekrutan member pada sistem bisnis *Multi Level Marketing* pada bisnis MSI yang banyak dijalankan oleh masyarakat untuk mencari nafkah. Hal ini juga bisa dijadikan sebagai pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi kedepannya agar senantiasa berada pada jalan yang dibenarkan oleh syariah.

#### 3) Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah terutama pemerintah Kabupaten Polewali Mandar dalam mengeluarkan segala kebijakan dalam bidang ekonomi agar masyarakat dapat hidup sejahtera dan terhindar dari segala bentuk diskriminasi ekonomi.

#### 4) Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti sejenisnya yaitu dapat dijadikan sebagai rujukan atau sebagai penelitian terdahulu dalam melakukan penelitian yang berkenaan dengan penerapan hukum ekonomi dalam perekrutan member MLM.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. *Hukum Ekonomi Syariah*

##### 1. Pengertian Hukum Ekonomi Syariah

Hukum merupakan seperangkat aturan yang dibuat untuk mengatur tingkah laku manusia dan memiliki sifat mengikat,<sup>1</sup> sedangkan ekonomi syariah merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh seseorang, kelompok orang hingga badan usaha yang berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam ekonomi menurut prinsip syariah.<sup>2</sup> Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa hukum ekonomi syariah merupakan seperangkat aturan atau kaidah hukum yang mengatur kegiatan manusia dalam berekonomi berdasarkan prinsip syariah.

Istilah ekonomi syariah sebenarnya hanya dikenal di Indonesia, sedangkan negara lain menyebutnya dengan sebutan ekonomi Islam (*Islamic economy*). Meskipun begitu, kedua sebutan tersebut dapat digunakan secara bergantian karena keduanya memiliki makna yang sama. Adapun beberapa defenisi hukum ekonomi Islam menurut pendapat beberapa pakar sebagai berikut:

- a. Muhammad Abdullah al-‘Arabi mendefenisikan ekonomi Islam sebagai sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari al-Qur’an dan as-Sunnah dan merupakan bangunan perekonomian yang didirikan di atas landasan dasar-dasar tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa.
- b. Menurut Muhammad Syauiqi al-Fanjari, ekonomi Islam adalah ilmu yang mengarahkan kegiatan ekonomi dan mengaturnya sesuai dengan dasar-dasar dan siasat ekonomi Islam.

---

<sup>1</sup>Yuhelson, "Pengantar Ilmu Hukum" (Cet. I; Gorontalo: Ideas Community, 2017), h. 4.

<sup>2</sup>Andri Soemitra, "Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer." (Cet. I; Jakarta Timur: Kencana Prenadamedia Grup, 2019), h. 1.

- c. Menurut M. A. Manam, ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>3</sup>
- d. Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ekonomi syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan orang perorang, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.<sup>4</sup>

## 2. Sumber hukum ekonomi syariah

Terdapat beberapa sumber hukum dalam ekonomi syariah, yakni :

- a. Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan sumber utama dan pokok dalam hukum ekonomi syariah yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Rasul untuk memperbaiki, membimbing dan meluruskan umat manusia kejalan yang benar. Terdapat ayat-ayat yang melandasi hukum ekonomi syariah dalam al-Qur'an, salah satunya terdapat dalam surat an-Nahl ayat 90 yang menjelaskan mengenai peningkatan kesejahteraan umat Islam dalam segala bidang termasuk ekonomi. Dalam Firman Allah dalam QS. An-Nahl/16: 90 berikut:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
 وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Terjemahannya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji,

---

<sup>3</sup>Mardani, “*Hukum Sistem Ekonomi Islam*” (Cet. II : Depok: PT Rajagrafindo, 2017), h. 8.

<sup>4</sup>Pasal 1 angka 1 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.”<sup>5</sup>

Terjemahan Bahasa Mandar :

*“Sitongangna Puang Allah Taala massio’o menggau’ maroro (adil) anna mappogau’ apiangan, mambei lao di palluluareang, anna Puang Allah Taala mappusara mappogau’ panggauang carupu’, anna adaeang, anna assimusuang. Iya (Puang Allah Taala) mappa’guruo mamoare’o mie’ maala pe’guruang.”*<sup>6</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa al-Qur’an adalah penjelasan, rahmat, petunjuk dan kabar gembira bagi orang yang berserah diri kepada Allah SWT. Ayat ini kemudian mengiringinya dengan petunjuk dalam al-Qur’an bagi mereka. Petunjuk yang pertama adalah perintah untuk berperilaku adil dan berbuat kebajikan.

#### b. Hadis dan sunnah

Setelah al-Qur’an, sumber hukum kedua yang dijadikan pegangan dalam hukum ekonomi yaitu hadis dan sunnah. Dalam hal ini, para pelaku ekonomi akan mengikuti sumber hukum ini jika terdapat hal-hal yang tidak terperinci secara lengkap didalam al-Qur’an mengenai hukum ekonomi tersebut. Sunnah (hadis) yang menurut ulama hadis memiliki pengertian sebagai segala sesuatu yang berasal dari nabi Muhammad SAW, baik berupa perbuatan, perkataan, persetujuan, budi pekerti hingga perjalanan hidup nabi Muhammad baik sebelum maupun sesudah menjadi Rasul.

#### c. *Ijma’*

*Ijma’* menurut bahasa memiliki arti sepakat, sependapat atau setuju. Secara istilah, *ijma* diartikan sebagai kebulatan pendapat seluruh ulama *ijtihad* umat nabi Muhammmad Saw, sesudah wafatnya suatu masa, mengenai suatu perkara hukum. *Ijma’* merupakan sumber hukum yang ketiga, dimana ia merupakan

---

<sup>5</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h. 277.

<sup>6</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h.277.

konsesus baik dari masyarakat maupun cara cendekiawan agama yang tidak terlepas dari al-Qur'an dan hadis.

Firman Allah Swt dalam surah An-Nisa/4: 59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ  
الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ulil amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat).”<sup>7</sup>

Terjemah Bahasa mandar:

*“E inggannana to matappa’, turu’i mie’ Puang Allah Taala anna turu’i toi mie’ suro-Na, anna pangulu (to mapparetta) di sesemu mie’. Jari mua’ diango’o mie’ sisala tangngarang lao di mesa soal, pepembali’i lao di Puang Allah Taala (Koroang) anna lao di suro (haddis), mua’ diango’o mie’ tongat-tongang matappa’ lao di Puang Allah Taala anna di allo di-boe’. Iya bassa di’o la’bi mapiai (di sesemu) anna la’bi macoai a’dupanna.”*<sup>8</sup>

Perintah untuk mematuhi ulil amri setelah menaati Allah dan Rasul berarti perintah untuk mematuhi *Ijma’*, karena ulil amri itu memiliki arti orang-orang yang mengurus kehidupan umat, baik dalam urusan dunia maupun urusan agama, dalam hal ini adalah ulama. Kepatuhan terhadap ulama adalah jika mereka sepakat mengenai suatu hukum, inilah yang disebut *Ijma’*.

<sup>7</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h. 87.

<sup>8</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h. 87.

### 3. Prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah

Hukum ekonomi syariah merupakan bagian dari fiqih muamalah dimana prinsip-prinsip yang terdapat dalam fiqih muamalah juga merupakan prinsip yang digunakan dalam hukum ekonomi syariah. Adapun prinsip-prinsip tersebut antara lain :

a. Prinsip keadilan (*al-'adālah*),

Prinsip keadilan merupakan prinsip yang menekankan untuk menempatkan sesuatu sesuai dengan posisi dan porsinya. Prinsip keadilan dalam hukum ekonomi syariah dapat dipahami sebagai konteks pemenuhan hak dan kewajiban seseorang secara adil sejalan dengan asas kesetaraan. Untuk itu, dalam melaksanakan prinsip ini dalam proses perekrutan *member* dalam bisnis berbasis MLM maka dalam setiap kegiatannya harus menguntungkan semua pihak yang terlibat dan tidak boleh jika ada salah satu pihak yang merasa dirugikan atau terdzolimi dalam kegiatan tersebut.

b. Prinsip amanah dan kejujuran (*al-Amānah wa as-Sidq*).

Dalam hukum ekonomi syariah, prinsip amanah dan kejujuran merupakan nilai fundamental yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Amanah berarti melaksanakan tanggung jawab sesuai dengan kepercayaan yang diberikan, sementara kejujuran berarti menyampaikan kebenaran tanpa menutup-nutupi fakta. Jika prinsip ini diterapkan dalam proses perekrutan *member* dalam bisnis berbasis MLM, maka tentunya diperlukan adanya komitmen bagi semua pihak yang terlibat dan mematuhi akad atau perjanjian yang telah disepakati di awal. Hal ini dilakukan agar semua pihak dapat memenuhi kewajibannya secara jujur dan dapat bertanggung jawab.

c. Prinsip kebebasan (*al-Hurriyah*).

Pada prinsip kebebasan ini memiliki artian bahwa setiap orang bebas untuk menentukan proses, tempat, waktu dalam berkegiatan ekonomi namun harus

tetap sejalan dengan prinsip syariah. Jika prinsip ini di implementasikan dalam proses perekrutan *member* dalam bisnis berbasis MLM, maka semua pihak yang terlibat dalam kegiatannya secara bebas menentukan akad yang menguntungkan, namun hal tersebut harus didasari atas suka sama suka, serta tidak menggunakan cara yang bathil seperti adanya unsur paksaan dalam proses perekrutannya.<sup>9</sup>

d. Prinsip kebolehan bertransaksi (*al-Ibāhah*)

aitu segala bentuk kegiatan ekonomi diperbolehkan selama tidak terdapat larangan dalam sumber ajaran Islam, yakni al-Qur'an dan hadis.<sup>10</sup> Maka dari itu jika tidak ada hukum yang mutlak yang terdapat dalam hadis namun lemah dalam menunjukkan keharamannya, maka hal tersebut kembali ke hukum asal yakni mubah atau dibolehkan. Berdasarkan prinsip ini maka, proses perekrutan *member* dalam bisnis berbasis MLM ini dibolehkan kecuali terdapat dalil yang melarang dan dalam kegiatannya terdapat hal-hal yang diharamkan.

Dalam syariah terdapat 2 hal yang diharamkan atau tidak dibolehkan dalam bermuamalah yakni :

- 1) Haram karena zatnya yaitu bertransaksi dengan objek yang diharamkan dalam agama Islam karena zatnya seperti babi, bangkai, darah, dan lainnya.
- 2) Haram karena tata caranya yaitu muamalah yang dilakukan dengan jalan yang bathil yakni sebagai berikut :
  - a) *Riba*, yakni adanya penambahan secara tidak sah, baik dalam transaksi pertukaran yang tidak sama kualitasnya, kuantitas dan waktu penyerahan.

---

<sup>9</sup>Julizar Trio Nanda, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Penambahan Jam Kerja diluar Kontrak Kerja" *Skripsi* (Lampung: Fakultas Syari'ah, 2024), h. 27

<sup>10</sup>Sinta Rusmalinda dan Windari Nurazijah, "Prinsip dan Asas Filsafat Hukum Ekonomi Syariah" *Jurnal Riesyha: Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah* 1, Nomor 1 (2022): h. 31.

- b) Perjudian (*maysir*), yaitu suatu bentuk kegiatan yang terdapat spekulasi untung-rugi yang menempatkan salah satu pihak menanggung beban pihak lain seperti pemenang yang memperoleh keuntungan dari kerugian orang lain.
- c) Penipuan (*tadlīs*), yaitu adanya berbagai kebohongan yang dilakukan oleh salah satu pihak hanya untuk mencaapai tujuannya dan mendapatkan keuntungan.
- d) Ketidakjelasan (*gharar*), dimana hal ini tentu diharamkan karena bisa menimbulkan perselisihan dalam kegiatannya. Ketidakjelasan itu dapat berupa objek, harga, hasil atau bonus yang akan didapatkan dan sebagainya.
- e) Pemaksaan (*ikrāh*), artinya memaksakan kehendak orang lain agar ingin bergabung atau bertransaksi dengannya. Maka hal ini tentunya diharamkan karena menurut hukum Islam saling rela (*taradhin*) merupakan unsur penting yang harus diperhatikan dan tidak sah suatu transaksi tanpa adanya kerelaan dari masing-masing pihak.<sup>11</sup>

## **B. Rekrutmen (Perekrutan)**

### **1. Rekrutmen (Perekrutan)**

Rekrutmen merupakan proses mencari, menciptakan, menetapkan beberapa orang baik dari luar maupun dari dalam industri dan mengajak menjadi calon tenaga kerja sesuai dengan apa yang diperlukan. Rekrutmen adalah usaha yang dilakukan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang dibutuhkan guna mengisi jabatan tertentu. Rekrutmen tidak hanya menarik simpati seorang untuk bekerja tetapi juga merancang dengan optimal agar calon tenaga kerja dapat bertahan sampai akhir dalam menjalani pekerjaan yang ada.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup>Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah Dilembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, h. 7-13.

<sup>12</sup>Rida Wati, dkk, "Proses Rekrutmen dan Seleksi: Potensi Ketidakefektifan dan Faktornya" *Jurnal : Niagawan*, Vol. 12, Nomor II (2023), h. 56.

Adapun pengertian rekrutmen menurut para ahli yakni :

- a. Menurut Marwansyah yang dikutip oleh Reza Norpian dalam skripsinya menjelaskan bahwa rekrutmen merupakan serangkaian aktivitas yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk menarik para pelamar kerja yang memiliki kemampuan dan sikap yang dibutuhkan untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuannya.
- b. Raymond A. Noe mendefenisikan rekrutmen sebagai praktik atau aktivitas apapun yang dijalankan oleh organisasi untuk mengidentifikasi dan menarik para karyawan potensial.
- c. Kaswan juga berpendapat bahwa rekrutmen merupakan praktik atau aktivitas yang dilakukan organisasi dengan tujuan utama mengidentifikasi dan mengikat pegawai yang potensial.<sup>13</sup>

Adapun tujuan dari dilakukannya rekrutmen yaitu agar konsisten dalam strategi dan wawasan serta nilai perusahaan, untuk membantu inisiatif perusahaan dalam mengelola tenaga kerja yang beragam. Tujuan lainnya yaitu untuk menerima pelamar sebanyak-banyaknya sesuai dengan kualifikasi kebutuhan syarat perusahaan dari berbagai sumber, sehingga memungkinkan terjaring calon karyawan dengan kualitas tertinggi dari yang terbaik.

Proses perekrutan secara umum menurut Rivai (2004:163), yang dikutip oleh Ahmad Sofian dalam skripsinya yaitu proses perekrutan dapat dilakukan melalui penawaran terbuka untuk semua jabatan. Rekrutmen terbuka ini adalah sistem yang dilakukan dengan mencari pekerja yang dinilai mampu dan sesuai dengan yang dibutuhkan untuk mengisi jabatan tertentu.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Reza Noprian, "Pengaruh Rekrutmen Seleksi Penempatan dan Gaji terhadap Kinerja Karyawan PT. Pancaprima Ekabrothers" *Skripsi* (Fakultas Teknik; Universitas Malikussaleh), h. 6.

<sup>14</sup>Ahmad Sofian, "Proses Rekrutmen dan Seleksi Karyawan PT. Komita Nasional Keselamatan untuk Instalasi Listrik (Konsul) Area Malang" *Skripsi* (Malang: Fakultas Ekonomi), h.20-21.

Pada dasarnya perekrutan anggota perusahaan umum dan perekrutan anggota dalam MLM tidaklah sama. Keduanya memiliki perbedaan yang sangat jelas. Pada perusahaan umum proses perekrutannya dilakukan dengan mengajukan surat lamaran disertai lampiran persyaratan yang dibutuhkan, setelah lamaran diajukan pelamar tinggal menunggu panggilan untuk mengikuti ujian dan wawancara, setelah dinyatakan lulus maka mereka akan berstatus pegawai magang (percobaan), dimana bila dianggap dapat bekerja dengan baik akan diangkat menjadi pegawai tetap,<sup>15</sup> sedangkan proses perekrutan anggota pada MLM melibatkan pendaftaran calon anggota dengan membayar biaya tertentu, biasanya anggota baru harus membeli paket produk awal dan anggota diharapkan menjual produk dan merekrut lebih banyak anggota, menghasilkan komisi dari penjualan dan rekrutmen.<sup>16</sup>

## 2. Rekrutmen dalam pandangan Islam

Islam menganjurkan umatnya untuk memilih calon anggota berdasarkan pengetahuan, pengalaman serta kemampuannya. Hal ini sesuai dengan Firman Allah swt. dalam QS. Al-Qashash/28: 26, sebagai berikut:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

Terjemahnya :

“Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku, pekerjakanlah dia. Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.”<sup>17</sup>

Terjemahan Bahasa Mandar :

*“Salah mesana tau pole di da’dua to baine di’o ma’uang: “E ama’u, alai rapang to me’uya’ (siola tau), sawa’ sitongangna to kamenang macoa iya muala pe’uya’ iyamo to magassing na dipokanyang.”<sup>18</sup>*

<sup>15</sup>Ahmad Sofian, *Skripsi* (Malang: Fakultas Ekonomi), h.25.

<sup>16</sup>Ajaib Teknologi Indonesia, 2022, “Haruskah join dalam Multi Level Marketing?”, diakses pada Agustus 2024, Pukul 20:00 WITA.

<sup>17</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h. 388.

Dari ayat tersebut lafadz *ista'jara* yang memiliki arti menjadikan pekerja atau menariknya untuk dijadikan pekerja. Menurut syafe'i (2001:122) lafadz *ijarah* diartikan sebagai jual beli jasa (upah-mengupah) yaitu mengambil manfaat tenaga manusia. Ekonomi sebagai upaya menggunakan sumber-sumber alam secara rasional demi memenuhi kebutuhan-kebutuhan sejatinya melekat pada watak manusia. Tanpa kita sadari, kegiatan ekonomi telah mendominasi aktivitas manusia setiap hari. Dalam al-Qur'an telah ditanamkan kesadaran bahwa dengan bekerja maka kita merealisasikan fungsi kehambaan kepada Allah swt. dan menempuh jalan menuju ridho-Nya, meningkatkan taraf hidup, dan memberi manfaat kerja terhadap sesama.<sup>19</sup>

### **3. Perbedaan rekrutmen MLM dan rekrutmen perusahaan pada umumnya.**

Perbedaan antara rekrutmen dalam MLM dan rekrutmen di perusahaan pada umumnya dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

- a. Tujuan Utama: Tujuan utama perekrutan di perusahaan pada umumnya adalah mencari kandidat yang memiliki kualifikasi dan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk mengisi posisi yang tersedia. Fokus pada menemukan karyawan yang dapat melakukan pekerjaan dengan efektif dan efisien. Sedangkan, tujuan utama perekrutan dalam MLM ialah merekrut anggota baru untuk bergabung dalam jaringan MLM. Anggota yang direkrut kemudian dapat menjadi distributor dan juga merekrut anggota lainnya, membentuk struktur piramida.
- b. Proses Rekrutmen: proses rekrutmen pada perusahaan umum biasanya melibatkan iklan lowongan pekerjaan, seleksi melalui wawancara dan lainnya.

---

<sup>18</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h. 388.

<sup>19</sup>Ahmad Sofian, *Skripsi* : Malang: Fakultas Ekonomi. h. 39-40.

Tujuannya untuk menemukan kandidat yang paling sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Sedangkan, proses perekrutan dalam MLM melibatkan promosi produk dan jaringan MLM syariah. Distributor harus membeli paket produk awal dan kemudian merekrut anggota baru. Proses ini biasanya lebih fokus pada penjualan produk dan pembangunan jaringan.

- c. Hubungan Kontrak: hubungan kontrak pada perusahaan umum biasanya terdapat kandidat yang menjanjikan belum terikat dengan kontrak perusahaan dan mereka bebas mendaftar ke berbagai perusahaan. Namun jika kandidat masuk ketahap seleksi, mereka akan diberikan perjanjian kontrak kerja yang mengikat. Sedangkan, pada MLM, anggota baru biasanya harus membayar biaya pendaftaran dan membeli paket produk awal. Mereka kemudian menjadi anggota jaringan MLM syariah dan tidak memiliki kontrak kerja yang mengikat secara hukum.
- d. Biaya dan Metode: melihat perusahaan umumnya biasanya biaya yang dibutuhkan relatif lebih sedikit karena hanya memerlukan iklan lowongan pekerjaan. Metode yang digunakan biasanya melibatkan situs lowongan pekerjaan dan media lainnya. Sedangkan, dalam MLM biasanya biaya yang dibutuhkan lebih tinggi karena anggota baru harus membeli paket produk awal. Metode yang digunakan lebih beragam, termasuk promosi produk dan jaringan, serta sering kali melibatkan acara dan promosi online.<sup>20</sup>

Dapat disimpulkan, rekrutmen di perusahaan pada umumnya lebih fokus pada menemukan karyawan yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, sedangkan rekrutmen di MLM lebih fokus pada pembangunan jaringan dan penjualan produk.

---

<sup>20</sup>Grha Adicipta, "Mengenal perbedaan rekrutmen dan seleksi", *BLOG AdIns (2023)*, diakses pada 12 Agustus 2024, Waktu 21:30 WITA.

### C. *Multi Level Marketing*

#### 1. *Pengertian Multi Level Marketing*

MLM merupakan suatu strategi pemasaran dimana produk atau jasa dijual melalui jaringan distribusi berlapis. Member tidak hanya memperoleh keuntungan dari penjualan produk secara langsung, tetapi juga dari perekrutan anggota baru yang disebut downline. Jadi dapat dikatakan bahwa MLM merupakan sistem penjualan berjenjang yang menggabungkan penjualan langsung dengan komisi dari jaringan yang dibangun.<sup>21</sup>

Dasar hukum yang dapat dijadikan pegangan bagi umat Islam dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing* yaitu konsep jual beli, kerja sama (*ta'awun*), dan tolong menolong. Seperti yang terdapat dalam al-Qur'an bahwa Allah jelas telah menghalalkan jual beli, maka sama seperti hal tersebut, *Multi Level Marketing* termasuk dalam mu'amalah dan dibolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur-unsur seperti riba, tidak jelas (*gharar*), merugikan pihak lain (*dharar*) dan tidak transparan (*jahalalah*).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memandang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dapat menyejahterakan umat selama hal tersebut tidak bertentangan dengan syariat. Tidak hanya memperkokoh struktur ekonomi bagi umat, *Multi Level Marketing* juga memperkuat silaturahmi sesama anggotanya.<sup>22</sup> Saat ini sistem MLM telah diakui di Indonesia sebagai sistem yang baik, oleh karena itu perusahaan MLM diterima sebagai bagian dari APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia).<sup>23</sup> Wadah persatuan MLM yaitu APLI menjelaskan MLM

---

<sup>21</sup>Andi Erni "Metode Penerapan Multi Level Marketing Syariah Pada PT. K-Klinik Nusantara dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kota Palopo" *Skripsi* IAIN PALOPO, h. 26.

<sup>22</sup>Andi Erni, h.28.

<sup>23</sup>Nurjannah, dkk., "Tela'ah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional Dan Multi Level Marketing Syariah" *Muamalat : Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* Vol.14 Nomor 2 (2022), h. 180.

sebagai sistem penjualan dimana konsumen menjadi tenaga penyalur secara langsung. Disisi lain, Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI dalam fatwanya menyebutkan bahwa penjualan langsung berjenjang adalah tehnik penjualan barang ataupun jasa oleh perorangan atau badan usaha kepada badan usaha lainnya atau sejumlah perorangan secara berturut-turut.<sup>24</sup>

Menurut Ustad Hilman Rosyad Shihab, LC yang dikutip oleh K. Khoirunnafi'ah dalam tesisnya menjelaskan bahwa bisnis MLM yang sesuai syariah berarti memiliki produk halal dan bermanfaat, dan proses perdagangannya tidak ada pelanggaran syariah, tidak ada pemaksaan, penipuan, riba, sumpah yang berlebihan, pengurangan timbangan dan lainnya.<sup>25</sup>

Selain itu, terdapat ciri-ciri utama rekrutmen dalam *Multi Level Marketing* (MLM), yakni:

- a. Memiliki struktur berjenjang, dalam hal ini terdapat sistem *upline* dan *downline*. Dimana anggota baru (*downline*) direkrut oleh anggota yang lebih senior (*upline*) dan mendapatkan komisi dari penjualan *downline* mereka.
- b. Memberikan dukungan dan pelatihan, dalam hal ini *upline* bertanggung jawab memberikan bimbingan dan pelatihan kepada *downline* untuk meningkatkan keterampilan penjualan mereka.
- c. Adanya semangat untuk merekrut, karena anggota seringkali mendapatkan bonus atau komisi tambahan ketika berhasil merekrut anggota baru.
- d. MLM syariah menawarkan produk atau layanan yang jelas dan bernilai, bukan hanya berfokus pada rekrutmen.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>K. Khoirunnafi'ah, Multi Level Marketing dalam Islam, *Etheses* IAIN Kediri 2020, <https://etheses.iainkediri.ac.id> h. 13.

<sup>25</sup>K. Khoirunnafi'ah, Multi Level Marketing dalam Islam, h. 18.

<sup>26</sup>BFI Finance Indonesia Tbk, "Multi Level Marketing (MLM): Tujuan, Ciri, dan Contohnya, diakses pada 12 Agustus 2024, Waktu 22:00 WITA.

## ***2. Pengawasan Multi Level Marketing***

Dalam MLM terdapat Dewan Pengawas Syariah dimana lembaga ini secara tidak langsung berfungsi sebagai internal audit surveillance sistem untuk memfilter jika ada hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan agama Islam pada suatu perusahaan. Para pelaksana bisnis MLM diawasi oleh Fatwa MUI khususnya dalam Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), sehingga setiap pelaku bisnis dapat menjalankan sistem sesuai ketentuan syariah. Dengan adanya fatwa tersebut maka praktik PLBS harus memenuhi ketentuan yang menyertainya, yakni:

- a. Terjadinya proses pertukaran barang yang hakiki, yaitu pertukaran jenis barang dagangan atau barang administrasi.
- b. Barang dagangan bukan sesuatu yang dilarang dan dipergunakan untuk sesuatu yang melawan hukum.
- c. Perdagangan tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dharar* dan perilaku yang tidak etis.
- d. Tidak terdapat biaya/*cost* yang berlebihan (kenaikan yang tidak wajar), sehingga merugikan pembeli karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
- e. Komisi yang diberikan oleh organisasi kepada perorangan harus didasarkan pada kinerja kerja dan produk yang ditawarkan serta harus sebesar gaji pokok rekan sejawat di PLBS.
- f. Pemberian komisi ataupun imbalan oleh organisasi kepada individu (rekan kerja) tidak menimbulkan *ighra*.
- g. Tata cara pendaftaran (perekrutan), jenis hadiah dan acara khusus tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariat, dan martabat misalnya adanya iming-iming berlebih untuk menarik member.

Dalam perjalanan sistem MLM masih terdapat pro dan kontra, sehingga menimbulkan dampak positif dan negatif. Menurut Sahlan yang dikutip oleh Herry S.Y dalam jurnalnya, dampak positif tersebut antara lain:

- a. Pelaku usaha mendapatkan keuntungan lebih karena lebih menghemat pengeluaran (membatasi biaya, misalnya biaya tempat, biaya promosi atau publikasi dan lainnya).
- b. Pedagang produktif sebagai simsar (pedagang) yang harus bekerja secara mandiri dan tanpa pamrih.

Akan tetapi, menurut Utomo yang dikutip oleh Herry S.Y dalam jurnalnya, menyatakan bahwa terdapat akibat buruk yang lebih menonjol daripada dampak positifnya, sebagaimana yang dikemukakan Dewan Syariah Pihak Bermodal melalui fatwa No.02/K/DS-P/VI/11419, antara lain:

- a. Timbulnya keinginan yang tidak wajar untuk menyembunyikan sasaran transaksi karena dipicu oleh sistem MLM.
- b. Suasana yang tidak stabil yang terkadang mendorong gaya hidup yang serakah.
- c. Pada saat rapat atau konferensi tidak sedikit dari mereka yang meninggalkan jabatan yang sudah lama dijabatannya karena ingin mendapatkan keuntungan dalam waktu yang cepat.
- d. Kerangka kerja seperti ini akan menjadikan individu menjadi materialistis, sebab standar akad yang menitikberatkan pada perolehan keuntungan yang besar akan mengabaikan alasan mendasar dalam melaksanakan pekerjaan, yakni mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa.<sup>27</sup>

### **3. Sekilas Tentang MSI (*Mahkota Sukses Indonesia*)**

PT MSI merupakan salah satu perusahaan berlabel MLM (*Multi Level Marketing*) di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2018. MSI menawarkan produk

---

<sup>27</sup>Herry S.Y dan Andri Soemitra, "Multi Level Marketing Syariah", *JESKaPe: Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan*, Vol. 6 Nomor 1, h.154-155.

kesehatan, perawatan kecantikan, aksesoris hingga otomotif berkualitas yang merupakan buatan asli Indonesia.<sup>28</sup> Sampai saat ini, member MSI telah berjumlah kurang lebih 502,008 orang yang tersebar di penjuru Nusantara dan juga luar negeri, hal ini sesuai dengan data pada Official Website MSI. Sektor industri MLM produk MSI ini melibatkan ratusan mitra usaha yang kebanyakan dari mereka berasal dari latar belakang ibu rumah tangga, karyawan, mahasiswa atau pelajar hingga para penguasa pemula. Sejatinya, bisnis MSI ini telah berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

MSI yang merupakan perusahaan *Network Marketing* yang terpercaya telah memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL), dan juga telah terdaftar sebagai anggota dari AP2LI (Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia). Selain itu, produk-produk yang dipasarkan telah teruji maka aman digunakan oleh kostumer, karena seluruh produk MSI telah melalui serangkaian uji coba lab dan memperoleh sertifikasi dari Halal MUI serta BPOM.

Hal yang menarik dari PT. MSI yaitu MSI ini berbeda dengan kebanyakan bisnis MLM yang umumnya ditemui di masyarakat, ia tidak hanya menjanjikan bonus serta keuntungan yang besar, tetapi juga memiliki produk yang bermanfaat dan manfaatnya nyata. Setiap perusahaan pastinya memiliki tujuan, begitupun juga dengan PT MSI. Berikut visi, misi serta Motto PT. MSI.

- a. Visi :       Menjadikan PT. MSI sebagai perusahaan *Networking* kelas dunia yang mampu untuk memberikan keberhasilan bagi semua membernya.
- b. Misi :

  - 1) Membina para member MSI menjadi pebisnis yang berkarakter, beretika, mandiri dan sukses.

---

<sup>28</sup>Herdiyanti Ridwan, "Peranan Multi Level Marketing pada Masa Pandemi covid-19 dalam Menciptakan Pribadi Mandiri Berwirausaha dan Peningkatan Kesejahteraan Para Mitra PT.MSI yang Aktif di Kabupaten Sinjai" *Jurnal Multidisiplin Madani (Mudima)* Vol. 2 Nomor 10 (2022), h. 3661.

- 2) Memberikan pelayanan optimal, profesional, inovatif serta menjunjung tinggi kaidah dan etika bisnis.
  - 3) Selalu mengembangkan karyawan perusahaan yang berkompeten sebagai aset penting bagi perusahaan itu sendiri. Serta menciptakan lingkungan pekerjaan yang baik agar tercapainya tujuan perusahaan yaitu “Kepuasan Pelanggan”.
- c. Motto : bersama meraih sukses.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Official Website PT.MSI. 2023. *Profil Perusahaan MSI* <https://mymsi.co.id/id/beranda/>, diakses pada 4 Juni 2024, Waktu 13:00 WITA.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang memperoleh data dari lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis dan melakukan interaksi dan komunikasi secara langsung dengan informan yang tujuannya untuk menemukan makna dari suatu kejadian.<sup>1</sup> Dalam hal ini, peneliti melakukan interaksi dan komunikasi dengan masyarakat wilayah Kabupaten Polewali Mandar yang merupakan member dari bisnis MSI yang berbasis *Multi Level Marketing*. Hal ini dapat dilaksanakan dengan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi untuk memperoleh data yang valid terkait proses perekrutan yang dilakukan kemudian menganalisis dan mendeskripsikan permasalahan tersebut dengan menyesuaikan tinjauan hukum ekonomi syariah dalam pelaksanaannya.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di beberapa kecamatan wilayah Kabupaten Polewali Mandar, dengan alasan karena kebanyakan masyarakatnya bekerja dalam bisnis MSI yang berbasis *Multi Level Marketing* syariah. Dalam bisnis ini, mereka disebut sebagai member yaitu orang yang memasarkan produk kepada calon konsumen sekaligus melakukan perekrutan member baru. Kemudian, melihat para member secara keseluruhan merupakan umat Islam, maka segala aktivitas ekonomi baik dari pemasaran hingga segala hal yang berkaitan didalamnya harus dipastikan sesuai dengan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk dikaji di Kabupaten Polewali Mandar untuk mengetahui

---

<sup>1</sup>Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif*" (Cet: 5; Bandung: Alfabeta CV, 2022), h. 3.

tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap proses perekrutan member bisnis MSI yang sering kali diterapkan.

### **C. Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Pendekatan Teologi Normatif Syar'i

Pendekatan teologi normatif syar'i digunakan untuk melihat kesesuaian ketentuan hukum Islam berdasarkan al-Qur'an, al-Hadist, atau *Ijma'* dengan proses perekrutan member MSI bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar.

#### 2. Pendekatan Sosiologis

Pendekatan sosiologis merupakan pendekatan yang mengkaji tentang kegiatan atau aktivitas yang dilakukan langsung oleh masyarakat disuatu daerah dengan waktu tertentu,<sup>2</sup> dalam hal ini adalah proses perekrutan member. Dalam penelitian ini, pendekatan dilakukan dengan cara peneliti melakukan observasi dan wawancara mendalam terkait perekrutan yang dilakukan member MSI dan memahami bagaimana para member memandang proses perekrutan dan memberi makna terhadap interaksi dan faktor-faktor sosial memengaruhi perilaku mereka dalam konteks perekrutan.

### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua, yakni sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Data primer adalah data utama di dalam penelitian berupa informasi dan data yang diperoleh langsung dari beberapa informan di lapangan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah masyarakat yang

---

<sup>2</sup>Faisar Ananda Arfa dan Warni Mapaung, "*Motodologi Penelitian Hukum Islam* " (Cet. II; Jakarta: Prenamedia Group, 2016), h. 89.

telah bergabung dalam jaringan bisnis MSI, dalam hal ini disebut sebagai member MSI sebanyak 3 orang, mantan member sebanyak 3 orang dan para konsumen produk MSI sebanyak 2 orang. Cara peneliti mendapat data ini ialah dengan mendatangi langsung member dan konsumen secara satu persatu dan melakukan wawancara dengan memberi beberapa pertanyaan seputar bisnis MSI dan mengenai perekrutan member yang telah diterapkan dalam menjalankan bisnisnya selama ini.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari beberapa literatur kepustakaan. Cara peneliti mendapatkan data ini ialah dengan melakukan kajian dengan membaca beberapa literatur yang relevan dengan penelitian ini, seperti mengambil dari karya-karya ilmiah seperti buku, jurnal, skripsi dan dari sumber lainnya.

### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data yaitu sebagai berikut :

#### 1. Observasi.

Observasi adalah metode pengumpulan data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.<sup>3</sup> Pada metode ini, peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh member MSI dalam proses perekrutan member. Hal ini dilakukan agar mendapatkan gambaran yang lebih nyata dan detail terkait penelitian yang akan dikaji yaitu tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan bisnis *Multi Level Marketing* yang dilakukan oleh member MSI dalam memasarkan produknya.

---

<sup>3</sup>Feni Rita Flantika, dkk., “*Metode Penelitian Kualitatif*” (Cet. I : Sumatra Barat: Pt. Glonbal Eksklusif, 2022), h. 21.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data melalui komunikasi oleh 2 pihak dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>4</sup> Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan yaitu para member MSI baik yang aktif maupun tidak dan para konsumen produk MSI yang yang berhubungan dengan topik penelitian ini, seperti menanyakan mengenai proses perekrutan yang dilakukan pada saat pemasaran produk dan beberapa pertanyaan lain yang akan dapat menjawab permasalahan dari penelitian ini.

### **F. *Instrument Penelitian***

Yang menjadi instrument penelitian dalam penelitian ini yaitu peneliti sendiri sebagai instrument utama, karena peneliti yang akan menggali, mengumpulkan, dan menganalisis data untuk menjawab segala permasalahan yang terdapat pada topik penelitian ini. Namun peneliti dibantu dengan instrument pendukung lainnya seperti sebagai berikut :

#### 1. Pedoman Wawancara.

Pedoman wawancara(*interview guide*) adalah pedoman untuk mendapatkan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan tujuan penelitian yang diajukan kepada narasumber.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, pedoman wawancara berfungsi dalam mengingatkan peneliti mengenai hal-hal yang harus ditanyakan ataupun dibahas dengan informan, maka pedoman wawancara ini menjadi suatu hal yang sangat penting bagi peneliti.

---

<sup>4</sup>Eko Murdiyanto, “*Metode Penelitian Kualitatif*” (Cet.I ; Yogyakarta: LP2M, 2020), h. 59.

<sup>5</sup>Yogtasmara, “Bab III Prosedur Penelitian”, <http://repositori.unsil.ac.id>, 2020, h. 33.

## 2. Alat Tulis

Alat tulis merupakan instrument penelitian yang terdiri dari buku catatan, pulpen dan lain sebagainya yang digunakan dalam proses penelitian dengan mencatat poin-poin penting saat melakukan wawancara.

## 3. Alat Perekam

Alat perekam dalam penelitian ini berupa HP (*handphone*) yang digunakan untuk merekam pernyataan dari narasumber saat melakukan wawancara.

### **G. *Tehnik Pengolahan dan Analisis Data***

Adapun tehnik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

#### 1. Reduksi data (*data reduction*).

Pada tahap reduksi data, peneliti akan melakukan proses pemilihan data yang telah diperoleh dari beberapa kecamatan di Kabupaten Polewali Mandar, yakni menganalisis untuk menentukan data yang penting dengan data yang tidak penting. Kemudian membuang data yang dianggap tidak penting yang tidak memiliki korelasi dengan topik penelitian ini. Selanjutnya, peneliti memberikan fokus pada data yang dianggap penting dan melakukan penyederhanaan data yang diperoleh di lapangan.

#### 2. Penyajian data (*data display*)

Pada tahap penyajian data dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan proses penyusunan isi data yang telah direduksi menjadi lebih sistematis yang disajikan dalam bentuk naratif seperti menguraikan data-data yang diperoleh di lapangan dengan cara memperhatikan batasan dalam permasalahan penelitian dan membuat data dalam catatan lapangan yang akan dianalisis dengan melakukan penghalusan bahan empiric yang masih kasar dari data yang diperoleh di lapangan agar menjadi kalimat yang lebih ilmiah dan mudah dipahami agar peneliti

selanjutnya dapat mengekstrapolasi data secara memadai untuk mulai melihat pola sistematis dan hubungan timbal balik antara data yang telah diperoleh di lapangan dengan teori yang akan digunakan. Untuk mencapai tujuan akhir dari penelitian ini yakni mengetahui tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik perekrutan bisnis *Multi Level Marketing* pada member bisnis MSI di Kabupaten Polewali Mandar.

### 3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Langkah terakhir dari analisis data pada penelitian ini yaitu memberikan kesimpulan dari berbagai kumpulan data. Dimana peneliti dalam hal ini, akan mencari makna, hubungan, persamaan ataupun perbedaan dari data yang dikumpulkan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Seperti dalam penelitian ini, peneliti akan melihat persamaan data yang diperoleh di lapangan terkait praktik perekrutan member terhadap sistem bisnis *Multi Level Marketing* pada member MSI di Kabupaten Polewali Mandar sehingga dapat diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah pertama pada penelitian ini. Selanjutnya, peneliti akan melihat kesesuaian atau ketidaksesuaian tinjauan hukum ekonomi syariah dengan penerapan praktik perekrutan member terhadap sistem bisnis *Multi Level Marketing* pada member MSI di Kabupaten Polewali Mandar sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah penerapan tersebut boleh atau haram dilakukan guna menjawab rumusan masalah kedua pada penelitian ini.

Selanjutnya dilakukan verifikasi, maka peneliti dalam hal ini akan memeriksa kembali data untuk memastikan ketepatan penarikan kesimpulan. Hal ini berguna agar penelitian menghasilkan kebenaran secara objektif tentang topik penelitian ini yakni tinjauan hukum ekonomi syariah dalam perekrutan member MSI pada bisnis *Multi Level Marketing* di Kabupaten Polewali Mandar.

## H. *Pengujian Keabsahan Data*

Uji keabsahan data menjadi sesuatu yang sangat penting dalam penelitian ini, karena untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan merupakan penelitian ilmiah dengan segala informasi yang disampaikan peneliti sesuai fakta yang terjadi pada objek penelitian. Dalam melakukan uji keabsahan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya yaitu melalui tehnik triangulasi. Triangulasi merupakan tehnik pengujian keabsahan data yang dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang didapatkan dari pengguna tehnik pengumpulan data.<sup>6</sup>

Adapun dalam penelitian ini, tehnik triangulasi yang digunakan diantaranya :

1. Triangulasi metode.

Pada triangulasi ini, peneliti akan melakukan uji keabsahan data dengan melakukan perbandingan serta pengecekan terhadap metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni metode observasi dan metode wawancara. Peneliti juga akan melihat kesesuaian data atau informasi yang diperoleh dari kedua metode yang digunakan tersebut. Dan data akan dikatakan absah jika sejalan dan tidak memiliki perbandingan.

2. Triangulasi sumber data.

Pada triangulasi ini, peneliti akan menguji keabsahan data dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya peneliti akan melihat kesesuaian data yang diperoleh dari ketiga metode pengumpulan data tersebut. Jika sejalan dan tidak ada perbandingan maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, dan datanya dapat dikatakan absah serta keobjektifannya tidak dapat diragukan.

---

<sup>6</sup>Salim, Syahrums., "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" (Cet.I; Bandung: Cipustaka Media,2007), h. 166.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Kabupaten Polewali Mandar



Gambar 1. Peta Administrasi Kabupaten Polewali Mandar

Kabupaten Polewali Mandar merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Barat yang memiliki latar belakang sejarah dan budaya yang kaya. Wilayah ini sejak dahulu dikenal sebagai bagian dari tanah mandar, sebuah kawasan dengan tradisi maritim yang kuat dan pusat dari berbagai kerajaan tradisional seperti Kerajaan Balanipa, Sendana, Pamboang dan Taramanu.

Pembentukan Kabupaten Polewali Mandar bermula dari terbentuknya kabupaten Polewali Mamasa melalui Undang-Undang Nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan daerah tingkat dua di Sulawesi. Kabupaten ini mencakup dua wilayah utama, yakni Polewali (didominasi suku mandar) dan Mamasa (didominasi suku Toraja/Mamasa). Seiring dengan dinamika kependudukan dan kebutuhan pelayanan publik, pemerintah memekarkan wilayah tersebut menjadi dua Kabupaten tersendiri, yaitu Kabupaten Polewali Mandar dan Kabupaten Mamasa, berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2004.

Sejak saat itu, Kabupaten Polewali Mandar berdiri sebagai daerah otonom dengan ibu kota di Kecamatan Polewali. Kini, Kabupaten ini menjadi salah satu pusat pertumbuhan di Provinsi Sulawesi Barat, dengan kontribusi besar dalam bidang ekonomi, sosial, dan pelestarian budaya lokal.<sup>1</sup>

## 2. Letak dan Kondisi Geografis

Secara geografis, Kabupaten Polewali Mandar terletak dibagian barat pulau Sulawesi. Secara geografis, Kabupaten ini berada diantara 2°30'-3°30' Lintang Selatan dan 118°40'-119°10' Bujur Timur. Kabupaten ini memiliki batas wilayah dengan Kabupaten Majene di Utara, Kabupaten Mamasa di Timur, Kabupaten Pinrang di Selatan, dan berbatasan langsung dengan Selat Makassar di sebelah Barat. Luas Wilayahnya sekitar 2.074,76 km<sup>2</sup>.<sup>2</sup>

Topografi Polewali Mandar cukup beragam, terdiri dari daerah pesisir, daratan rendah, hingga wilayah pegunungan dibagian timur. Sebagian besar penduduk bermukim didaerah pesisir dan dataran rendah, yang menjadi pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan. Wilayah ini juga memiliki infrastruktur yang cukup baik dibandingkan wilayah pedalaman di Sulawesi Barat, sehingga lebih mudah dijangkau oleh berbagai bentuk usaha, termasuk bisnis berbasis jaringan seperti *Multi Level Marketing* (MLM).

Secara sosial ekonomi, Polewali Mandar dikenal sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang dinamis, didukung oleh sektor pertanian, perdagangan, dan jasa. Masyarakatnya cenderung terbuka terhadap peluang usaha alternatif yang menjanjikan keuntungan finansial, termasuk bisnis *Multi Level Marketing*(MLM). Hal ini menjadikan Kabupaten Polewali Mandar sebagai lokasi

---

<sup>1</sup>Website Pemerintahan Kabupaten Polewali Mandar, 2022, *Sejarah Singkat* <https://polmankab.go.id> diakses pada 7 Mei 2025, waktu 15:04 WITA.

<sup>2</sup>PATTAE.COM, 2025, *Profil Kabupaten Polewali Mandar*, <https://pattae.com/profil-kabupaten-polewali-mandar-kab-polman/>, diakses pada 7 Mei 2025, waktu 15:20 WITA.

yang potensial bagi perekrutan anggota baru dalam sistem jaringan bisnis seperti Mahkota Sukses Indonesia (MSI).

### **3. Keadaan Ekonomi dan Jenis Pekerjaan**

Struktur ekonomi kabupaten Polewali Mandar didominasi oleh struktur pertanian, perdagangan, dan jasa. Menurut data BPS tahun 2023, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan menyumbang sekitar 37,2% terhadap Produk Domestik Regional Bruto(PDBR) kabupaten ini, menjadikannya sektor utama dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, sektor perdagangan besar dan eceran serta jasa-jasa lain juga memberikan kontribusi signifikan terhadap kegiatan ekonomi masyarakat.

Sebagian besar penduduk bekerja sebagai petani, nelayan, pedagang kecil, atau buruh harian lepas. Jenis pekerjaan ini umumnya bersifat informal dan tidak memberikan pendapatan tetap, sehingga masyarakat cenderung mencari peluang usaha tambahan yang fleksibel dan dapat dijalankan tanpa meninggalkan pekerjaan utama. Dalam konteks ini, bisnis *Multi Level Marketing*(MLM) seperti Mahkota Sukses Indonesia(MSI) menjadi pilihan yang menarik karena menawarkan potensi pendapatan tambahan melalui sistem jaringan dan perekrutan anggota baru.

Tingkat partisipasi angkatan kerja di Polewali Mandar pada tahun 2022 tercatat sebesar 69,71%, dengan tingkat pengangguran terbuka sebesar 3,85%. Meskipun angka relatif rendah, banyak masyarakat yang bekerja di sektor informal dan rentan secara ekonomi. Kondisi ini menjadikan mereka lebih mudah tertarik terhadap bisnis MLM, terutama yang dipromosikan dengan iming-iming keuntungan besar dan cepat.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>PATTAE.COM, *Profil Kabupaten Polewali Mandar*, diakses pada 12 Mei 2025, waktu 15:30 WITA.

#### **4. Sejarah Singkat Bisnis Mahkota Sukses Indonesia(MSI).**

PT. Mahkota Sukses Indonesia(MSI) merupakan sebuah perseroan legal berjenjang yang memperdagangkan produk kesehatan dan produk kecantikan yang menerapkan metode jaringan dan biasa disebut dengan MLM atau *Multi Level Marketing* yang didirikan pada tanggal 04 Juli 2014. PT Mahkota Sukses Indonesia ini awalnya bernama PT Multi Sukses Internasional kemudian diganti menjadi nama PT Mahakarya Sejahtera Internasional pada tanggal 07 Juli 2014. Kemudian pada tanggal 02 Februari 2019 penggantian nama dilakukan kembali dan berganti menjadi PT Mahkota Sukses Indonesia. PT MSI ini berkantor pusat di Jalan Beran nomor 01, desa Pekarungan, RT 005/RW 015, Pekarungan, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur.<sup>4</sup>

PT Mahkota Sukses Indonesia ini didirikan oleh bapak Mohammad Daud yang berasal dari Provinsi Lampung. PT Mahkota Sukses Indonesia ini merupakan suatu perseroan berjenjang yang legal karena telah mendapat izin yang sah dari Pemerintah Republik Indonesia. PT MSI ini telah mengikuti segala rangkaian perizinan Pemerintah yang sebanding dengan ketentuan dan Peraturan yang berjalan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat memberi kenyamanan dan ketenangan para mitranya dalam menjalankan bisnis. PT MSI memiliki support sistem yakni Multy Support System International. Website: [www.ms2indonesia.com](http://www.ms2indonesia.com). yang telah dilegalkan pada taggal 10 Oktober 2016. PT MSI ini juga telah memiliki pabrik sendiri yang telah dilegalkan pada tanggal 09 September 2018 yang berada di jalan Raya Tapos Cibinog, No. 99 RT 002/RW 002, Cimpaeun Tapos, Kota depok, Provinsi Jawa Barat.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Yeni Arfah, "*Keputusan Pembelian Produk*" (Cet. I; Padang: Inovasi Pratama Internasional, 2022) hal. 23.

<sup>5</sup>Yeni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, h. 24.

## B. Identitas Informan

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Lama jadi member
1	Anisa	23th	Member MSI	5 tahun
2	Zulkhulaifah	21th	Mahasiswa (Member MSI)	1 tahun
3	Wahyuni	36th	Honorar (Member MSI)	2 tahun
4	Nurul	23th	Honorar (Mantan Member MSI)	1 tahun
5	Alfia	23th	Mahasiswa (Mantan Member MSI)	1 tahun
6	Erza	23th	Pebisnis (Mantan Member MSI)	2 tahun
7	Irma	34th	Honorar (Konsumen)	-
8	Intan	19th	Pelajar (Konsumen)	-

Table. 1 Identitas Informan

## C. Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada Bisnis Multi Level Marketing di Kabupaten Polewali Mandar

### 1. Strategi dan pola perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Polewali Mandar.

Mahkota Sukses Indonesia (MSI) merupakan salah satu perusahaan yang mengembangkan sistem pemasaran berjenjang atau *Multi Level Marketing* (MLM). Sistem ini memberikan tawaran peluang usaha kepada anggotanya dengan cara menjual produk sekaligus merekrut anggota baru sebagai bagian dari jaringan distribusi. Di Kabupaten Polewali Mandar, strategi perekrutan member

MSI disesuaikan dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai kekeluargaan, agama dan kepercayaan terhadap tokoh masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pola perekrutan yang paling banyak dilakukan yaitu pendekatan interpersonal atau dari mulut ke mulut, dimana member MSI yang sudah bergabung sebelumnya mengajak orang-orang yang dekat dengannya seperti keluarga, teman, dan tetangga. Para member biasanya memulai dengan memperkenalkan produk-produk MSI yang dijualnya, kemudian secara bertahap menyampaikan peluang bisnis yang bisa didapatkan apabila gabung menjadi member. Salah satu informan, Zulkhulaifah seorang member MSI, mengatakan:

“teman kelasku selalui cerita kalau banyak hasil nadapat jadi member. Awalnya najualji produknya dikelasku kayak sabun bamboo, face mist ada juga manjavikannya, tapi nabilang lagi lebih banyakpi kalo ma ajakki orang gabung. Jadi naundangka kerumahnya ikut *home sharing* mandengar penjelasannya dari uplinenya. Terus banyak juga itu hadir hari, jadi kupikirmi mauka coba dulu.”

Artinya:

“teman saya sering cerita jika dia mendapat banyak hasil jadi seorang member. Awalnya dia hanya menjual produknya seperti sabun bamboo, face mist dan juga manjavikan, tapi dia berkata lagi bahwa hasil yang didapat akan jauh lebih banyak jika kita mengajak orang lain untuk bergabung. Jadi dia mengundang saya untuk mengikuti *home sharing* dirumahnya dan mendengar penjelasan dari upline. Dan hari itu banyak yang hadir jadi saya pikir saya mau mencobanya.”<sup>6</sup>

Hal ini selaras dengan yang dikatakan Erza mantan member MSI:

“kutau dari sahabatku. Selalui cerita kalo masuk bisnis MSI bisaki berpenghasilan biar nda keluar rumah. Karena dia memang teman lamaku jadi percayaka. Nabantuka daftar dan naajarka caranya mulai”

---

<sup>6</sup>Zulkhulaifah (21 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Juni 2025, Waktu 15:00 WITA.

Artinya:

“saya tahu dari sahabat saya sendiri. Dia sering cerita jika masuk bisnis MSI bisa berpenghasilan sendiri tanpa harus keluar rumah. Karena dia teman lama jadi saya percaya. Dia bantu saya daftar dan ajari cara mulai”.<sup>7</sup>

Pendekatan personal ini juga sering digunakan dalam merekrut calon member yang merupakan pelanggan. Hal ini menjadi peluang yang sangat besar karena kebanyakan pelanggan telah tahu produk MSI dan tidak perlu waktu lama untuk menjelaskan peluang bisnisnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Nurul, mantan member MSI:

“awalnya breakout mukaku terus nasarankan ka sepupuku pakai produknya MSI dan kebetulan cocokka, jadi na ajak maka sekalian saja gabung jadi memernya karena selaluka beli juga untuk kupake pribadi apalagi nabilangka bisaka dapat bonus dari pembelianku sendiri”

Artinya:

“awalnya wajahku breakout, sepupu saya menyarankan pakai produk MSI dan kebetulan saya cocok, jadi saya diajak untuk sekalian gabung jadi memernya karena saya selalu beli untuk pemakaian pribadi apalagi katanya saya bisa dapat bonus dari pembelian saya sendiri.”<sup>8</sup>

Kendatipun sama halnya yang dikatakan Intan, seorang konsumen bukan member:

“saya selaluka diajak gabung temanku, setiap belika sabunnya pasti ditawarkan lagi gabung meskipun selaluka bilang “tidakka dulu” tapi tetapka nasuruh gabung kayak tidak menyerah i ajakka. Akhirnya pernahka ikut *home sharing*nya karena langsung najemput maka nd enakka karena selalu diajak tapi ya ikut sajaka tetapka tidak gabung.”

Artinya:

“saya selalu diajak gabung oleh teman saya, setiap beli sabunnya pasti saya ditawarkan untuk gabung meskipun saya selalu bilang “tidak” tapi saya tetap disuruh gabung dan tidak menyerah mengajak saya. Akhirnya saya pernah ikut *homesharing*nya karena langsung dijemput tidak enak

---

<sup>7</sup>Erza (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, 19 Mei 2025, Waktu 09:00 WITA.

<sup>8</sup>Nurul (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Baru', Kec. Mapilli, 21 Mei 2025, Waktu 13:30 WITA.

karena selalu diajak tapi saya tetap tidak gabung hanya mengikuti homesharingnya saja.”<sup>9</sup>

Pernyataan lainnya ditambahkan oleh Irma, seorang konsumen bukan member:

“saya selaluka diajak karena langganan maka pake manjavikannya. Selalu ka nasuruh gabung bahkan pernah mau naadakan home sharing dirumahku tapi nasuruhka ajak orang banyak, karena tidak kukuat cari orang jadi tidak jadimi tapi *home sharing* ditempat lain ii.”

Artinya:

“saya selalu diajak karena sudah langganan pakai manjavikan (produk MSI). Saya selalu disuruh gabung bahkan pernah mau diadakan home sharing dirumah saya tapi saya disuruh ajak banyak orang, karena saya tidak kuat cari orang jadi *home sharing* diadakan ditempat lain.”<sup>10</sup>

Dari beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bahwa proses perekrutan sering dilakukan melalui acara informal seperti *home sharing*, yaitu pertemuan kecil dirumah anggota MSI yang menghadirkan “*upline*” untuk menjelaskan skema bisnis, produk, serta testimoni kesuksesan. Acara seperti ini biasanya dikemas secara kekeluargaan dan religius, agar tercipta rasa nyaman dan kepercayaan. Proses perekrutan ini mencari peluang member baru dari mana saja, baik dari orang yang telah mengetahui produk MSI itu sendiri maupun orang yang belum tahu apa itu MSI, sehingga dibutuhkan *home sharing* untuk pendekatan lebih lanjut terhadap pengenalan awal MSI itu sendiri.

Disisi lain, perekrutan juga memanfaatkan media sosial secara aktif. Platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan TikTok digunakan untuk menyebarkan brosur digital, testimoni member, dan ajakan untuk mengikuti seminar online MSI. Akun media sosial yang memiliki banyak pengikut sering kali menjadi sarana promosi tidak langsung untuk menampilkan gaya hidup sukses sebagai member MSI. Hal ini membentuk citra bahwa menjadi bagian dari

---

<sup>9</sup>Intan (19 Tahun), Konsumen produk MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Mei 2025, Waktu 16:30 WITA.

<sup>10</sup>Irma (30 Tahun), Konsumen produk MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Landeo, Kec. Campalagian, 22 Mei 2025, Waktu 09:00 WITA.

MSI bukan hanya memberi penghasilan tambahan, tapi juga bisa mengangkat status sosial. Salah satu informan lain, Alfia mantan member MSI, mengatakan:

“Kulihat statusnya temanku, sering ii ikut seminar MSI biasa juga kuliati fotonya pegang sertifikat terus nabilang dapat ii bonus dari situ. Terus nachatka juga na ajak ka gabung. Kupikir daripada kuliah sajaka itu dulu mending cobaka juga gabung siapa tau bisaka juga dapat hasil”.

Artinya:

“Saya lihat status WA teman saya, dia sering posting ikut seminar MSI, dan sering foto pegang sertifikat dan katanya ia mendapat bonus dari kegiatan tersebut. Kemudian dia mengajak saya lewat chat untuk bergabung. Saya pikir, daripada waktu itu saya hanya kuliah lebih baik saya coba bergabung, siapa tau saya juga bisa mendapat penghasilan”.<sup>11</sup>

Hal yang sama dikatakan oleh Anisa member MSI:

“sempat viral sekali ini MSI di FB, selalu na posting teman fb ku pencairan bonusnya sama testimoni produknya juga, sempat kukomen dan akhirnya na ajak maka gabung”.

Artinya:

“MSI ini sempat viral di FB, teman fb saya selalu posting pencairan bonus dan testimony produknya, saya sempat komen dan akhirnya saya diajak gabung.”<sup>12</sup>

Ditambahkan juga oleh Wahyuni member MSI:

“storynya temanku selalu kuliati, iseng jika bertanya modalnya masuk akhirnya na ajakka ikut home sharingnya disitu mka juga gabung”

Artinya:

“saya selalu lihat story teman saya, saya iseng bertanya modal masuk akhirnya saya diajak ikut home sharingnya dan disitu saya gabung.”<sup>13</sup>

Jika melihat pernyataan dari sisi seorang member, Anisa yang merupakan salah satu member mengatakan:

---

<sup>11</sup>Alfia (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampa, Kec. Mapilli, 04 Juni 2024, Waktu 15:00 WITA.

<sup>12</sup>Anisa (24 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sidodadi, Kec. Wonomulyo, 19 Juni 2025, Waktu 10:30 WITA.

<sup>13</sup>Wahyuni (34 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Rappogading, Kec. Campalagian, 20 Juni 2025, Waktu 13:30 WITA.

“kita ini para member pasti mengajak orang-orang terdekat yang bisa dijangkau kayak teman, tetangga, keluarga sama pelanggan juga selalu kita ajak untuk gabung karena pasti napercaya”

Artinya:

“kita sebagai member pasti mengajak orang-orang terdekat kami yang bisa dijangkau seperti teman, tetanga, keluarga dan pelanggan kita selalu mengajaknya untuk gabung karna pasti dipercaya”.<sup>14</sup>

Dari semua pernyataan diatas mengenai strategi perekrutan member, baik yang dilakukan secara personal dengan orang terdekat maupun dari sosial media, dapat dilihat bahwa strategi perekrutan melalui keduanya tetap diarahkan untuk mengikuti *home sharing*, dan dari keduanya ditemukan realita bahwa strategi dari mulut ke mulut merupakan strategi paling banyak dijumpai yaitu dengan mengajak orang terdekat secara langsung baik keluarga, teman, hingga pelanggan hal ini dilakukan agar tercipta rasa keyakinan lebih dalam jika bertemu dan mengajak langsung.

Beberapa pola umum dalam perekrutan MSI di Polewali Mandar antara lain:

- a. *Personal approach*: menggunakan relasi sosial dan kedekatan emosional.
- b. *Religious framing*: menyampaikan bahwa sistem MSI “halal”, “berbasis syariah”, dan tidak mengandung unsur riba.
- c. Testimoni keberhasilan: menampilkan member yang sukses sebagai bukti nyata.
- d. Acara pelatihan dan motivasi: seperti *home sharing* rutin diadakan untuk mempertahankan semangat dan memperluas jaringan.
- e. Pemanfaatan media digital: menyebarkan informasi perekrutan dan kisah sukses melalui WhatsApp group atau video pendek

---

<sup>14</sup>Anisa (24 Tahun), Member MSI, Wawancara Oleh Penulis, Desa Sidodadi, Kec. Wonomulyo, 19 Juni 2025, Waktu 10:30 WITA.

Beberapa pola ini efektif dalam menjangkau masyarakat yang belum terlalu mengetahui dengan konsep MLM, karena pendekatannya menyentuh aspek kepercayaan, komunitas, dan identitas religious.

Akan tetapi, meskipun strategi tersebut berhasil menjaring cukup banyak anggota di awal, tingkat retensi atau keberlanjutan aktivitas anggota masih menjadi tantangan. Banyak anggota pasif setelah gagal merekrut orang baru atau merasa beban target terlalu berat.

## **2. Alasan masyarakat bergabung menjadi member Mahkota Sukses Indonesia (MSI).**

Alasan masyarakat untuk bergabung dalam bisnis Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Polewali Mandar sangat beragam, namun secara umum dapat diwakilkan menjadi tiga aspek utama yakni pengaruh ekonomi, pengaruh sosial, pengaruh termakan iming-iming.

### **a. Faktor ekonomi**

Sebagian besar masyarakat yang menjadi anggota MSI berasal dari kalangan ekonomi menengah kebawah, dan kebanyakan berasal dari ibu rumah tangga dan pelajar atau mahasiswa. Situasi ekonomi yang tidak stabil, kebutuhan semakin banyak dan pendapatan tidak menentu menjadi pemicu utama dari mereka mencari peluang alternatif untuk mendapat penghasilan. Bisnis MSI menawarkan kemudahan dalam memulai usaha dengan modal sedikit, fleksibilitas waktu dan janji penghasilan yang berjenjang seiring dengan pertumbuhan jaringan.

Seorang informan, Wahyuni member MSI, mengatakan:

“awalnya gabungka dek karena suamiku sembarangji nakerja bahkan pernah tidak kerja kalo tidak ada lagi kerjaan. Kupikir kalo menjualka ini sabun bamboo nya MSI bisa jika menjual dirumah dan nabilang member yang ajakka kalo bisaka juga ma ajak orang bergabung dapatka bonus tambahan, jadi lumayan itu untuk kebutuhan sehari-hariku.”

Artinya:

“saya gabung MSI karena suami cuma kerja serabutan, bahkan pernah tidak bekerja jika tidak ada pekerjaan yang didapat. Saya pikir jika saya menjual sabun bamboo MSI saya bisa menjualnya dirumah dan kata member yang mengajak saya bergabung jika saya bisa mengajak orang lain untuk bergabung maka saya bisa mendapat bonus tambahan, jadi lumayan untuk kebutuhan saya sehari-hari.”<sup>15</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh Zulkhulaifah member MSI:

“gabungka MSI karena kuliahka banyak sekali pengeluaran, baru orang tuaku kerja bikin minyak dari kepalaji saja. Penghasilannya saja tidak cukup ii untuk nabiayaika sehari-hariku pergi kuliah jadi mauka gabung supaya bisa kuringankan sedikit orang tuaku untuk biaya kuliahku”

Artinya:

“saya gabung di MSI karena pengeluaran saya kuliah sangat banyak, dan orang tua hanya kerja membuat minyak dari kelapa. Penghasilannya tersebut tidak cukup untuk biaya kuliah saya sehari-sehari jadi saya ingin bergabung agar bisa meringankan sedikit biaya kuliah.”<sup>16</sup>

Hal seperti ini memperlihatkan bahwa alasan utama mereka untuk bergabung bukan karena paham sistem MLM secara rinci melainkan dorongan karena kebutuhan yang tinggi dan harapan mendapat penghasilan tambahan tanpa harus meninggalkan pekerjaan atau tanggung jawab rumah tangga.

b. Faktor Sosial: rasa ikut-ikutan dan lingkungan

Faktor lainnya adalah karena pengaruh lingkungan sosial. Dalam budaya masyarakat yang kolektif, keputusan seseorang sering dipengaruhi oleh keputusan orang lain di lingkungannya. Ketika melihat teman, tetangga atau keluarga bergabung MSI dan terlihat “berhasil”, banyak orang akan merasa terdorong untuk ikut, meskipun belum sepenuhnya memahami sistemnya. Hal ini diungkapkan oleh Erza mantan member MSI:

---

<sup>15</sup>Wahyuni (34 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Rappogading, Kec. Campalagian, 20 Juni 2025, Waktu 13:30 WITA.

<sup>16</sup>Zulkhulaifah (21 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Juni 2024, Waktu 15:00 WITA.

“waktu itu ikutka karena banyak teman-temanku ikut. Kalo kumpulka biasa langsung nabahas kalo adami yang dapat motor sama tiket jalan-jalan keluar dari itu bonusnya. Jadi tidak mauka ketinggalan juga, apalagi seringka na ajak masuk jadi masuk maka meskipun belumpi kutau banyak bagaimana sebenarnya itu MSI”

Artinya:

“waktu itu saya ikut karena banyak teman-teman saya yang sudah gabung. Jika kami kumpul seringkali mereka membahas jika telah ada yang mendapatkan motor serta tiket jalan-jalan dari bonus yang didapatkan. Saya tidak mau ketinggalan, apalagi mereka selalu mengajak saya untuk bergabung, maka itu saya bergabung meski belum mengetahui banyak bagaimana sebenarnya MSI itu.”<sup>17</sup>

Rasa ingin menjadi bagian dari komunitas dan akhirnya ikut-ikutan karena tidak ingin tertinggal menjadi dorongan yang kuat. Dalam banyak kasus, calon member merasa tidak enak untuk menolak ajakan kerabat atau teman dekat, terutama jika ajakan tersebut disampaikan dengan nada emosional dan penuh keyakinan.

#### c. Faktor terpengaruh iming-iming kekayaan instan

Faktor yang paling banyak dijadikan alasan lainnya yaitu karena termakan iming-iming akan mendapat bonus atau reward dan mendapatkan penghasilan yang banyak dalam waktu cepat. Faktor ini muncul dari dorongan emosional, bukan pertimbangan rasional. Mereka tersebut bergabung karena dorongan atas janji-janji “bisa kaya tanpa kerja keras”, atau karena telah banyak melihat postingan bonus, mobil dan gaya hidup mewah dari para leader. Seperti yang dikatakan Anisa:

“tertarikka gabung itu kemarin dek karena nabilangika dalam waktu 3 bulan bisaki bede punya penghasilan jutaan dan banyak sekali bonusnya, bahkan biar penggunaan pribadi bisa ki juga dapat bonus makanya langsung gabung maka tanpa pikir panjang.”

Artinya:

“saya tertarik untuk gabung dek karena katanya dalam waktu 3 bulan bisa punya penghasilan jutaan dan bonusnya banyak, bahkan untuk

---

<sup>17</sup>Erza (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, 19 Juni 2025, Waktu 09:00 WITA.

penggunaan pribadi kita bisa dapat bonusnya makanya saya langsung gabung tanpa pikir panjang”<sup>18</sup>.

Hal yang serupa dikatakan oleh Alfia:

“gabungka karena naajakka temanku bilangi banyak bonusnya bisaki dapat hp, motor, sama tour ke Bali dan lebih banyak ii bedede didapat dari pada uang yang dibayar diawal, makanya tergiurka gabung”.

Artinya:

“saya gabung karena diajak teman katanya ada banyak bonus bisa dapat hp, motor dan tour ke Bali dan katanya lebih banyak penghasilan yang akan didapatkan dibandingkan biaya awal pendaftaran, makanya saya tergiur bergabung.”<sup>19</sup>

Alasan terpengaruh iming-iming juga diperkuat oleh Nurul yang mengatakan bahwa :

“sebelum gabung pake memangka produknya, terus nasarankam mka gabung karna bisaka dapat bonus besar bedede dari pembelian pemakaian ku sendiri biar nd menjual, apalagi nabilang banyak rewardnya bisa didapat makanya gabung mka”

Artinya:

“sebelum gabung saya sudah memakai produknya, terus saya disarankan untuk gabung karena katanya saya bisa dapat bonus besar dari pembelian pemakaian saya sendiri walau tidak menjual, apalagi katanya banyak reward yang bisa didapat makanya saya gabung.”<sup>20</sup>

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa mereka yang bergabung bukan niat untuk menjalankan bisnis yang sesungguhnya melainkan karena tergiur janji manis mendapat bonus besar yang banyak dan karena iming-iming dapat berpenghasilan banyak dalam waktu singkat. Dan dari beberapa alasan yang ditemukan kebanyakan dari mereka bergabung karena termakan iming-iming bonus besar dan reward, disisi lain alasan karena ekonomi dan

---

<sup>18</sup>Anisa (24 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sidodadi, Kec. Wonomulyo, 19 Juni 2025, Waktu 10:30 WITA.

<sup>19</sup>Alfia (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampa, Kec. Mapilli, 04 Juni 2024, Waktu 15:00 WITA.

<sup>20</sup>Nurul (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Baru', Kec. Mapilli, 21 Juni 2025, Waktu 13:30 WITA.

karena ikut-ikutan pada dasarnya mereka juga tergiur akan iming-iming yang disampaikan dibalik faktor ekonomi dan ikut-ikutan.

### 3. Alur perekrutan dan struktur jaringan MSI

Alur perekrutan MSI umumnya berlangsung secara informal dan bertahap. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para member di Polewali Mandar, pola umum perekrutan dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Pendekatan personal oleh member aktif

Proses awal dimulai dengan pendekatan personal yang dilakukan oleh member aktif kepada calon anggota. Biasanya, para member memilih calon dari lingkungan terdekat seperti tetangga, keluarga dan teman. Pada tahap ini biasanya dilakukan melalui *home sharing*, pertemuan kecil, atau pendekatan langsung (*door to door*). Pendekatan ini dilakukan secara persuasif dan bersifat kekeluargaan agar calon anggota merasa nyaman. Seperti yang dikatakan salah satu informan yaitu Alfia:

“awalnya nachat ka temanku nasuruhka gabung dalam itu bisnisnya nabilangi maka kalau mau datang kerumahku najelaskan itu bisnisnya, terus datangmi kerumah sendiri najelaskan mi kemari itu MSI nya.”

Artinya:

“awalnya saya di chat oleh teman saya diminta bergabung dalam bisnisnya tersebut, dia berkata ingin datang kerumah untuk menjelaskan secara langsung bisnisnya tersebut, akhirnya ia datang kerumah seorang diri dan menjelaskan apa itu MSI.”<sup>21</sup>

Dari pernyataan ini membuktikan bahwa dalam perekrutan member, member yang aktif akan mencari dan mendatangi calon membernya sendiri untuk menjelaskan dan mengajak calon member untuk bergabung. Hal yang serupa disampaikan oleh Intan konsumen produk MSI:

---

<sup>21</sup>Alfia (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampa, Kec. Mapilli, 04 Juni 2024, Waktu 15:00 WITA.

“saya langsung najemputka dirumah minta tolongi supaya ikutka *home sharing*nya, karena nabilang harus ii bede bawa beberapa orang dan sayaji kebetulan bisa na ajak sama ada lagi temannya. Jadi disanami baruki najelaskan itu MSI baru na ajak maka gabung”.

Artinya:

“saya langsung dijemput dirumah dan minta tolong agar saya ikut *home sharing*nya, karena katanya dia harus bawa beberapa orang dan kebetulan saya bisa diajak dan masih ada temannya yang lain. Jadi disana baru dijelaskan MSI dan saya diajak gabung.”<sup>22</sup>

Diperkuat oleh pernyataan Irma konsumen produk MSI:

“selaluka memang diajak gabung karena langganan maka, terus nasuruh ka ikut *home sharing*nya akhirnya pernah ikut satu kali dirumahnya temannya yang member juga.”

Artinya:

“saya selalu diajak gabung karena saya sudah langganan, saya diminta untuk ikut *home sharing* akhirnya saya pernah ikut satu kali dirumh teman membernya.”<sup>23</sup>

Dari pernyataan keduanya semakin memperjelas bahwa dalam merekrut member, para member akan berusaha mencari calon membernya sendiri dan akan melakukan pengenalan terlebih dahulu mengenai MSI secara langsung kepada target membernya baik itu dilakukan secara langsung dirumah calon member maupun diajak kumpul bersama untuk mengikuti *home sharing* dirumah member aktif. Dalam tahap ini tidak perlu seseorang yang telah mengenal produk MSI itu sendiri, bahkan orang yang asing dengan bisnis atau produk MSI inipun bisa menjadi target member baru.

#### b. Presentasi produk dan testimoni sukses

Setelah calon member merasa tertarik, anggota MSI biasanya mengajaknya ke presentasi secara langsung (tatap muka). Dalam tahap ini, sama halnya dengan *home sharing* akan tetapi yang akan mengikutinya yaitu para

---

<sup>22</sup>Intan (19 Tahun), Konsumen bukan member, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Mei 2025, Waktu 16:30 WITA.

<sup>23</sup>Irma (30 Tahun), Konsumen produk MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Landeo, Kec. Campalagian, 22 Mei 2025, Waktu 09:00 WITA.

member yang sudah bersedia menjadi member setelah adanya pendekatan di tahap awal. Pada tahap ini akan diperkenalkan lebih detail terkait produk-produk MSI seperti sabun bamboo, manjavikan, herbal, madu, suplemen kesehatan dan masih banyak lainnya serta akan dijelaskan bonus-bonus yang didapatkan dari penjualan setiap paket atau dari merekrut orang. Tak jarang pada tahap ini lebih fokus pada testimoni para member yang telah sukses seperti mendapatkan bonus, hadiah motor, atau pencapaian peringkat yang dijadikan alat motivasi, anjuran untuk merekrut member dibawah mereka agar cepat mendapat bonus dan tidak menjelaskan mekanisme terkait bisnis itu sendiri. Hal ini seperti yang dikatakan Zulkhulaifah member MSI:

“waktu ikutka *home sharing*nya najelaskan saja sistem binari(bina kanan bina kiri) nya yang harus dicapai supaya bisaki dapat penghasilan lebih cepat dan bonus dari perekrutan, tidak najelaskan ji detail bagaimanaki menjual bagaimana sebenarnya ini bisnisnya, cuma natanyaki klo banyak member maka banyak juga bonus jadi na arahkan sekaliki cari member banyak”.

Artinya:

“ketika saya ikut *home sharing*nya disitu dijelaskan mengenai sistem binari (bina kanan bina kiri) yang harus dicapai agar mendapat penghasilan lebih cepat dan bonus dari perekrutan, tidak dijelaskan detail cara menjual dan bagaimana bisnisnya, hanya saja dijelaskan bahwa jika banyak member maka banyak pula bonus jadi kita diarahkan untuk mencari banyak member baru”<sup>24</sup>

Nurul seorang mantan member juga mengatakan:

“itu kalo *home sharing* pasti yang najelaskan itu pohon piramidnya untuk dapat bonus, terkait masalah produk memang dijelaskan tapi hanya nasinggung sedikitji selebihnya lebih fokus ii pada perekrutan member baru, caranya dapat bonus sama rewardnya”

Artinya:

“saat *home sharing* pasti dijelaskan mengenai pohon piramid untuk dapat bonus, terkait masalah produk memang dijelaskan tapi hanya sedikit

---

<sup>24</sup>Zulkhulaifah (21 tahun), Member MSI, Wawancara Oleh Penulis, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Mei 2025, Waktu 15:00 WITA.

selebihnya lebih fokus pada perelrutan member baru, cara dapat bonus dan rewardnya.”<sup>25</sup>

Dari pernyataan tersebut sangat jelas bahwa dalam presentasi produk hanya fokus menjelaskan mengenai sistematika pohon piramid dan cara mendapat bonus dan reward dengan mudah. Presentasi produk dan manfaat dari produk itu sendiri tidak dijelaskan secara mendetail hanya disinggung sedikit.

c. Pendaftaran dan pembelian paket awal.

Setelah semakin yakin maka mereka akan diarahkan untuk mendaftar sebagai member dengan membeli paket awal produk sebagai biaya pendaftaran sesuai dengan ketentuannya. Paket ini biasanya menjadi syarat resmi untuk bergabung, paket yang dibeli diawal tersebut yang kemudian akan dijual kembali dan mulai merekrut orang lain. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Wahyuni member MSI:

“pas mendaftarka nasuruhka beli 1 paket harganya 250k sebagai bentuk biaya awalnya dan otomatis jadi member maki, bebaski pilih produk yang penting sampai 250k totalnya. Jadi itumi nanti produk dijual kembali.”

Artinya:

“ketika mendaftar saya diminta untuk membeli 1 paket dengan harga 250k sebagai bentuk biaya awal dan otomatis jadi member, kita bebas memilih produk hingga total harga 250k. Jadi produk tersebut yang akan dijual kembali.”<sup>26</sup>

Hal yang serupa dikatakan oleh Anisa member MSI:

“saya kemarin waktu mendaftar langsung beli 1 paket usaha harganya 1.750.000 sudah dapat produk lengkap maki”

Artinya:

“saya ketika mendaftar langsung beli 1 paket usaha dengan harga 1.750.000 sudah dapat produk lengkap”<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Nurul (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Baru’, Kec. Mapilli, 21 Mei 2025, Waktu 13:30 WITA.

<sup>26</sup>Wahyuni (34 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Rappogading, Kec. Campalagian, 20 Mei 2025, Waktu 13:30 WITA.

<sup>27</sup>Anisa (24 Tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sidodadi, Kec. Wonomulyo, 19 Mei 2025, Waktu 10:30 WITA.

Dari pernyataan diatas dapat dikatehui bahwa syarat menjadi member yaitu dengan membeli paket, dimana terdapat 2 pilihan yakni membeli paket usaha seharga 1.750.000 atau membeli 1 paket produk seharga 250k dengan bebas memilih produk hingga total tersebut. Dengan membeli paket awal maka otomatis telah resmi menjadi member resmi MSI yang berlaku seumur hidup.

d. Pembuatan akun dan masuk ke jaringan (Downline).

Setelah resmi terdaftar, member baru dimasukkan kedalam sistem jaringan digital MSI sebagai downline dari orang yang mengajaknya (upline). Mereka mulai diarahkan untuk melakukan hal yang sama yaitu menjual produk dan juga merekrut anggota baru. Seperti yang dikatakan Erza mantan member MSI:

“kalo sudah maki beli paket otomatis jadi member maki jadi tinggal buat akun resmi, nanti na arahkan ki member cara kerjanya”

Artinya:

“jika sudah beli paket otomatis kita telah jadi member dan tinggal membuat akun resmi, kita akan diarahkan oleh member cara kerjan dari akun tersebut”<sup>28</sup>

Pembuatan akun tersebut bertujuan agar para member dapat lebih mudah melihat perkembangan dengan mengupload member dan melihat bonus yang didapatkan serta dapat mencairkan bonus tersebut.

Dari semua pernyataan diatas, jika dilihat dari sisi seorang member maka hal tersebut selaras dengan yang dikatakan salah satu member, dimana kita bisa mengetahui alur perekrutan secara keseluruhan dari awal hingga akhir dari penjelasan seorang member ini yakni Zulkhulaifah yang mengatakan:

“sebagai member yang pasti awalnya cariki dulu orang yang mau diajak diskusi tentang ini MSI baik itu dari temanta atau keluarga atau orang-orang yang dikenal karena mauki perkenalkan ini terlebih dahulu MSI nya. Setelah dapat maki orang, jadi mengadakan maki *home sharing* dengan dikumpulkan orang-orang yang diajak dalam 1 tempat, di *home sharing* dijelaskan semua baik produk sama bonus dan penghasilan. Setelah *home sharing* kalo adami yang minat maka di daftarkanmi dan beli paket

---

<sup>28</sup>Erza (23 Tahun), Mantan Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Sumberjo, Kec. Wonomulyo, 19 Mei 2025, Waktu 09:00 WITA.

sebagai biaya pendaftaran sesuai yang dijelaskan di *home sharing*nya. Setelah itu dibuatkan mi akun MSI dan resmimi jadi member.”

Artinya:

“sebagai member yang pasti awalnya kita mencari orang yang ingin diajak diskusi tentang MSI, baik itu dari teman, keluarga atau orang yang kita kenal karena kita akan memperkenalkan MSI terlebih dahulu. Setelah kita menemukan orang selanjutnya kita mengadakan home sharing dan mengumpulkan orang-orang tersebut dalam 1 tempat, di home sharing akan dijelaskan dari produk, bonus hingga penghasilannya. Jika setelah home sharing ada yang ingin bergabung maka kita mendaftarkan dan ia harus membeli paket sebafei biaya pendaftaran sesuai yang dijelaskan di home sharing. Setelah itu, akan dibuatkan akun MSI dan ia telah resmi jadi member MSI.<sup>29</sup>

Jika dilihat dari beberapa pendapat diatas, pada dasarnya praktik perekrutan member MSI sudah berjalan sebagaimana mestinya sesuai aturan perusahaan. Pertama dimulai dari perekrutan member baru, dimana mereka melakukan pembelian produk dengan harga tertentu dan otomatis terdaftar menjadi member resmi Mahkota Sukses Indonesia. Dan yang merekrutnya juga berhak mendapat bonus sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan. Apabila member baru tersebut melakukan repeat order atau bahkan berhasil untuk merekrut member baru lagi, maka ia berhak mendapatkann bonus dan juga reward yang telah dijanjikan oleh perusahaan mengenai bonus-bonus dan reward-reward yang ada di bisnis Mahkota Sukses Indonesia ini.

Setelah melakukan wawancara dan penelitian maka peneliti melihat bahwa perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) di Kabupaten Polewali Mandar jika dianalisis dalam kerangka teori pertukaran sosial George Homans, maka strategi perekrutan tersebut menunjukkan adanya proses pertukaran sosial yang berlandaskan pada imbalan (*reward*) dan biaya (*cost*). Homans menjelaskan bahwa seseorang akan melakukan suatu tindakan sosial apabila merasa mendapatkan keuntungan dari tindakannya. Hal ini tercermin dalam praktik

---

<sup>29</sup>Zulkhulaifah (21 tahun), Member MSI, *Wawancara Oleh Penulis*, Desa Lampoko, Kec. Campalagian, 20 Mei 2025, Waktu 15:00 WITA.

perekrutan member MSI, dimana member aktif menawarkan keuntungan dalam bentuk bonus, reward berupa HP, motor, laptop, mobil hingga liburan luar negeri, yang hanya bisa diperoleh apabila calon member bersedia bergabung dan merekrut lebih banyak anggota. Calon member MSI menimbang apakah biaya awal untuk membeli paket produk MSI dan komitmen kerja mereka akan sepadan dengan keuntungan yang dijanjikan. Jika dianggap menguntungkan, maka mereka bersedia bergabung. Ini sesuai dengan prinsip “*success proposition*” dari Homans yakni bahwa tindakan yang memberikan hasil menguntungkan cenderung akan diulangi.<sup>30</sup>

Namun, sebagaimana yang terungkap dalam penelitian, kenyataan tidak selalu sesuai harapan. Banyak member tidak mendapatkan bonus yang dijanjikan meskipun telah bergabung dan bekerja keras, karena reward tersebut sangat sulit diraih jika tidak berhasil merekrut orang lain. Akibatnya, muncul perasaan kecewa, bahkan beberapa informan menyatakan merasa tertipu. Ini sejalan dengan “*aggression-approval proposition*”, dimana kegagalan memperoleh reward menimbulkan ketidakpuasan dan mendorong individu untuk berhenti dari hubungan sosial tersebut.

Lebih lanjut, Peter Blau mengembangkan teori pertukaran ini ke dalam *level structural*. Ia menyoroti bahwa dalam hubungan sosial seperti MLM, terjadi ketimpangan kekuasaan dan pengaruh yang menyebabkan relasi sosial menjadi tidak setara. Berdasarkan hasil penelitian, tampak jelas bahwa struktur MLM MSI menguntungkan pihak upline yang sudah lebih dulu bergabung. Mereka mendapatkan bonus dari kerja downline, meskipun tidak secara aktif berjualan atau merekrut. Sebaliknya, member baru harus bekerja keras dan tetap tidak

---

<sup>30</sup>Riri Pratiei, “Anlisis teori pertukaran sosial george C. Homans dalam Interaksi Sosial Komunitas One Day One Juz (ODOJ) di Kota Bandung” *Skripsi* (UIN Sunan Gunung Jati, Bandung), h. 37.

dijamin mendapat keuntungan. Blau menyebutkan ketimpangan ini sebagai konsekuensi dari pertukaran yang tidak simetris, dimana satu pihak terus memperoleh keuntungan tanpa pertukaran yang sepadan. Dalam konteks MSI, downline menjadi sumber penghasilan upline, sehingga muncul ketimpangan struktur dan posisi. Member yang baru bergabung merasakan beban biaya besar, tuntutan perekrutan yang tinggi, namun tingkat keberhasilan mereka sangat rendah. Sementara itu, upline tetap mendapatkan penghasilan pasif dari aktivitas mereka.<sup>31</sup>

Hal ini diperparah oleh kenyataan bahwa MSI lebih menekankan perekrutan daripada mendorong transaksi penjualan secara langsung. Ini menjadikan perekrutan sebagai titik sentral sistem, yang menegaskan ketimpangan struktur sosial dalam jaringan tersebut.

Dengan demikian, teori pertukaran sosial dari George Homans membantu menjelaskan motivasi individual para member untuk bergabung yaitu karena berharap mendapat reward yang dijanjikan. Sementara itu, teori dari Peter Blau menyoroti dampak structural dari sistem tersebut, yaitu terbentuknya relasi sosial yang timpang, dimana pihak upline mendominasi dan mendapatkan keuntungan lebih besar dari pihak downline. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi perekrutan dalam MLM MSI mencerminkan realitas sosial yang sangat dipengaruhi oleh pertimbangan untung-rugi, bukan semata relasi solidaritas, kepercayaan, atau kemitraan yang setara. Sistem ini tidak hanya menimbulkan kekecewaan individual, tetapi juga struktur ketimpangan sosial dalam jaringan distribusi.

---

<sup>31</sup>Rina Fadhilah, "Hubungan Kekuasaan dalam Perspektif Teori Peter Blau dan Relevansinya dengan Jaringan Bisnis MLM Oriflame" *Skripsi* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), h. 42.

**D. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia(MSI) pada Bisnis Multi Level Marketing di Kabupaten Polewali Mandar**

Perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Polewali Mandar berlangsung secara aktif melalui pendekatan personal dan komunitas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa perekrutan seringkali dilakukan oleh upline kepada calon member sekaligus memperkenalkan sistem MSI melalui presentasi informal di rumah maupun dalam pertemuan komunitas yang dikenal sebagai *home sharing*.

Meskipun metode perekrutannya tampak sederhana dan persuasif, dalam hukum ekonomi syariah terdapat sejumlah prinsip utama yang dijadikan sebagai pedoman maupun acuan dalam mengatur kegiatan ekonomi. Sehingga, peneliti melakukan tinjauan mengenai kesesuaian prinsip tersebut terhadap perekrutan member MSI di Kabupaten Polewali Mandar yakni sebagai berikut:

1. Prinsip keadilan (*al- 'adālah*).

Islam menekankan pentingnya keadilan dalam semua transaksi dan relasi ekonomi. Prinsip keadilan dalam ekonomi syariah menuntut agar setiap individu diperlakukan secara setara, tidak dizalimi, dan mendapat haknya secara proporsional. Keadilan dalam makna persamaan berarti perlakuan yang sama antara pihak-pihak yang melakukan akad. Dalam hal ini antara member *downline* dan member atas tidak ada yang lebih kuat sehingga menekan pihak bawah. Dengan adanya persamaan maka antar pihak yang melakukan akan memiliki kedudukan yang sama, sehingga syarat-syarat yang disepakatipun akan diterima

oleh kedua belah pihak.<sup>32</sup> Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. An-Nahl/16: 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾<sup>33</sup>

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.”<sup>33</sup>

Terjemahan Bahasa Mandar:

“*Sitongangna Puang Allah Taala massio’o menggau’ maroro (adil) anna mappogau’ apiangan, mambei lao di palluluareang, anna Puang Allah Taala mappusara mappogau’ panggauang carupu’, anna adaeang, anna assimusuang. Iya (Puang Allah Taala) mappaguruo mamoare’o mie’ maala pe’guruang.*”<sup>34</sup>

Ayat ini menegaskan bahwa keadilan merupakan inti dari ajaran islam, termasuk dalam praktik muamalah dan bisnis. Jadi, dalam konteks perekrutan member MLM syariah, keadilan tercermin dari sistem yang transparan dan tidak mengeksploitasi member baru demi keuntungan upline semata.

Namun, dalam praktiknya sering terjadi ketimpangan dimana *upline* memperoleh keuntungan besar dari perekrutan, sementara member baru kesulitan mencapai target. Struktur MLM seperti MSI menempatkan member baru (*downline*) pada posisi sulit. Keberhasilan mereka sangat tergantung pada kemampuan merekrut anggota baru. Jika gagal, mereka tidak memperoleh hasil memadai meski telah membeli paket produk. Sementara itu upline cenderung terus mendapatkan bonus dari kerja keras *downline*. Ini menimbulkan

---

<sup>32</sup>Aris Munandar dan Ahmad Hasan Ridwan, “Keadilan sebagai Prinsip dalam Ekonomi Syariah serta Aplikasinya pada Mudharabah”, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. I, h. 93.

<sup>33</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h. 277.

<sup>34</sup>Muh. Idham Khalid Bodi, dkk., *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h. 277.

ketimpangan hasil yang tidak proporsional. Realitanya bahwa member MSI hanya menguntungkan pihak atas dan merugikan member baru dengan beban biaya besar tanpa jaminan keuntungan yang adil karena pada dasarnya pada perekrutan member selanjutnya dan seterusnya hanya lebih menguntungkan pihak atas karena hasil dari perekrutan member bawah akan dinikmati oleh upline meskipun tanpa bekerja, dengan kata lain member atas hanya memanfaatkan tenaga kerja member dibawah mereka untuk mencapai kesuksesannya sendiri. Sedangkan disuatu sisi dijelaskan bahwa keadilan berarti perbuatan atau perlakuan adil yang tidak berat sebelah, tidak berpihak serta berpegang teguh pada kebenaran.

Jadi hal yang terjadi tersebut tidak selaras oleh apa yang disampaikan dalam al-Qur'an. Karena pada model perekrutannya yang cenderung menciptakan ketimpangan pendapatan dan tidak mempertimbangkan keberlanjutan ekonomi member di level bawah dan hal ini patut dikritisi dari sudut pandang ekonomi syariah.

## 2. Prinsip amanah dan kejujuran(*al-Amānah wa as-Sidq*).

Prinsip amanah dan kejujuran dalam hukum ekonomi syariah merupakan nilai fundamental yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain, karena amanah berarti prinsip yang menghendaki bahwa seluruh kegiatan atau aktivitas ekonomi harus dilandasi oleh sikap jujur dan bertanggung jawab.<sup>35</sup> Dalam konteks perekrutan member, prinsip ini berarti mengandung unsur kejujuran, tanggung jawab, dan keterbukaan informasi dalam proses perekrutan. Calon member harus diberikan gambaran yang utuh dan tidak menyesatkan tentang sistem bisnis, produk, resiko dan peluang. Misalnya, mereka wajib menjelaskan secara jujur sistem bonus, resiko, dan komitmen kerja yang dibutuhkan. Defenisi amanah

---

<sup>35</sup>Andri Soemitra, "*Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*", h.8.

dalam Islam berarti menunaikan sesuatu sesuai haknya dan tidak mengkhianatinya. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa/4: 58, berikut:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”<sup>36</sup>

Terjemahan Bahasa Mandar:

“*Sitongangna Puang Allah Taala massio'o mie' mappalambi' amanah lao di tomaka mattarima. Anna (massio'o) mie' mappato' atorang lao di rupa tau, malaai muatori siola adil. Sitongangna Puang Allah Taala mambeio mie' pe'guruang kaminang macoa. Sitongangna Puang Allah Taala Diangi Masarro Pairrangngi na Paita.*”<sup>37</sup>

Dari ayat ini menegaskan bahwa segala bentuk tanggung jawab, informasi, maupun hak orang lain harus disampaikan dan dipenuhi dengan jujur. Penyampaian informasi yang tidak seimbang atau manipulatif mengingkari prinsip amanah. Dalam islam, segala bentuk ketidakjujuran dalam bisnis termasuk dosa, sekalipun tidak secara langsung memanipulasi uang.

Namun pada praktiknya, pada perekrutan member MSI di Kabupaten Polewali Mandar, sebagian besar responden menyatakan bahwa saat perekrutan, informasi yang disampaikan cenderung sepihak dan hanya menonjolkan “keuntungan besar”, atau “cepat sukses”. Biaya awal, resiko kegagalan dan beban tanggung jawab tidak selalu dijelaskan secara menyeluruh. Selain itu, proses perekrutan yang dilakukan dengan janji palsu, menyembunyikan resiko maka

<sup>36</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur'an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h.87.

<sup>37</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h. 87.

pelaku telah melanggar prinsip kejujuran dan amanah. Dan dari hal seperti ini mengarah pada gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan) dalam promosi. Tidak mencantumkan informasi penting demi menarik minat calon member merupakan pelanggaran terhadap prinsip amanah dan kejujuran dalam transaksi syariah.

### 3. Prinsip kebebasan (*al-hurriyah*).

Pada prinsip kebebasan ini artinya dalam melakukan kegiatan ekonomi setiap orang bebas dalam menentukan akad, tempat, dan waktu. Namun kebebasan dalam hukum ekonomi syariah diikat dengan ketentuan transaksi yang mubah serta dilaksanakan atas saling rela diantara pihak.<sup>38</sup> Dalam konsep perekrutan member, kebebasan ini merujuk pada hak setiap individu untuk mengambil keputusan secara sadar, tanpa adanya paksaan dan tekanan.

Pada praktik perekrutan member MSI di Kabupaten Polewali Mandar, sejatinya dilakukan tanpa paksaan sama sekali bagi calon member untuk bergabung atau tidak. Selain itu, jika suatu hari member ingin berhenti atau tidak ingin melanjutkan posisinya sebagai member tersebut, maka tidak ada larangan untuk keluar dan tidak ada paksaan untuk tetap bertahan, karena pada dasarnya perekrutan yang dilakukan semata-mata untuk memikat atau menarik perhatian para calon member agar tergiur untuk bergabung dengan tidak memaksakan kehendak. Dan diyakini meskipun telah termakan janji berlebihan atas bonus ataupun hal lainnya para member mengatakan hal itu murni keinginannya untuk bergabung tidak dipaksa meskipun pada akhirnya mereka sadar bahwa janji bonus yang ditawarkan di awal perekrutan tidak mudah untuk didapatkan.

---

<sup>38</sup>Andri Soemitra, "*Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*", h.9.

#### 4. Prinsip kebolehan bertransaksi (*al-ibāhah*).

##### a. Riba

Tidak ditemukan unsur bunga dalam perekrutan MSI, karena modal awal berasal dari pembelian produk, bukan pinjaman berbunga. Namun, jika ada tekanan untuk mengambil pinjaman demi bisa bergabung, itu bisa menjadi masalah tersendiri.

##### b. *Gharar* (ketidakjelasan)

Beberapa calon member tidak mendapat informasi jelas tentang struktur bonus, komisi dan batas waktu pencapaian target. Realitanya dalam proses perekrutan, kurang kejelasan mengenai asal usul keuntungan, sistem pembagian hasil, serta resiko gagal mendapatkan bonus. Hal ini menjadikan praktik perekrutan ini termasuk dalam kategori *gharar*. Islam sangat menekankan kejelasan dalam setiap transaksi, sebagaimana disebutkan dalam hadis: “Rasulullah melarang jual beli yang mengandung *gharar*.” (HR. Muslim).

Selain itu jika keuntungan lebih bertumpu pada perekrutan dibandingkan penjualan produk, maka dapat mengandung unsur spekulasi dan ketidakjelasan (*gharar*), bahkan mendekati praktik *money game* yang jelas dilarang dalam Islam.

##### c. *Maysir* (perjudian)

Dalam perekrutan member MSI meskipun terdapat unsur “harapan untung” dari jaringan yang belum tentu berkembang, sistem MSI tetap melibatkan aktivitas nyata seperti promosi produk dan perekrutan. Tidak semua bonus diperoleh tanpa kerja. Oleh karena itu, unsur perjudian dalam bentuk *maysir* tidak terlalu dominan dan masih bisa diperdebatkan.

Sesuai yang tertulis dalam QS Al-Ma’idah/5: 90, berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلٍ  
الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.”<sup>39</sup>

Terjemahan Bahasa Mandar:

*“E inggannana to matappa’, sitongangna mandundu khamar (dundu mepamawo’), anna botor, anna (mak-korowa) di barahala (patung), anna ma’onde dalle’ mappake pana, diangi panggauang adae’, di lalangnai panggauang setang. Jari pe ‘akaraoi mie’ di ‘o panggauang-o, mamoaare ‘o mie’ sumaro.”*<sup>40</sup>

Dalam ayat ini Allah mengharamkan maisir karena sifatnya yang merugikan dan tidak produktif, tetapi kategori ini harus dibuktikan dengan ketidakseimbangan total antara kerja dan hasil, yang belum tentu terpenuhi dalam sistem MSI.

#### d. Penipuan (*Tadlis*)

Unsur penipuan ini merupakan pelanggaran yang paling kuat dan dominan terjadi. Sesuai hasil penelitian, banyak calon member yang merasa diberi informasi tidak utuh saat perekrutan. Janji manis berupa “cepat kaya dalam waktu singkat” sering kali tidak sesuai realita. Selain itu, terdapat juga informasi yang tidak disampaikan. Namun pada praktiknya, ditemukan bahwa terdapat member yang merasa ditipu dan merasa dirugikan. Karena adanya hal yang tidak sesuai dengan realita maka member bisa saja merasa ditipu. Selain itu, sangat diperlukan kejelasan sistem diawal perekrutan agar orang yang tertarik menjadi member benar-benar tahu dan tidak akan merasa ditipu setelah resmi bergabung. Hal ini juga akan membuat para member bertahan jika semuanya transparan.

Dalam Islam, tindakan menyesatkan atau menyembunyikan kekurangan dalam akad disebut *tadlis*, dan merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip amanah dan transparansi yang sangat penting dalam akad jual beli maupun kerja

---

<sup>39</sup>Kementrian Agama R.I., *Al-Qur’an Al-Hikmah dan Terjemahnya*, h. 123.

<sup>40</sup>Muh. Idham Khalid Bodi,dkk., *Koroang Mala’bi: Al-Qur’an dan Terjemahan Bahasa Mandar Indonesia*, h. 123.

sama bisnis (HR. Muslim no.1513 – “Barang siapa menipu kami, maka dia bukan golongan kami”).

e. Pemaksaan (*Ikrah*)

Berdasarkan hasil wawancara, tidak ditemukan pemaksaan fisik dalam perekrutannya. Sebagian besar member bergabung secara sadar dan sukarela, meskipun ada unsur bujukan atau rayuan dari member *upline*. Dalam *fiqh*, ikrah hanya terjadi jika seseorang terpaksa melakukan akad karena ancaman nyata terhadap fisik dan haknya. Karena tidak ditemukan unsur tekanan eksplisit atau ancaman, maka akad perekrutan member MSI tidak memenuhi syarat ikrah yang membatalkan akad.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekrutan Member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada Bisnis *Multi Level Marketing*(MLM) di Kabupaten Polewali Mandar sebagai berikut:

1. Praktik perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Polewali Mandar sejatinya dilakukan untuk menambah anggota dalam jaringan bisnis dimana perekrutan tersebut awalnya dilakukan dengan pendekatan personal oleh para member aktif, kemudian mengadakan *home sharing* untuk presentasi produk dan testimoni sukses, selanjutnya pendaftaran hingga pembuatan akun member yang berlaku seumur hidup. Terkait reward dan bonus yang disampaikan saat perekrutan memang nyata adanya, akan tetapi hal itu hanya akan bisa didapatkan jika member giat dan aktif dalam merekrut member baru. Dan kenyataannya untuk mendapat bonus ataupun reward, bisnis MSI ini lebih menekankan pada perekrutan dibanding penjualan dan hal tersebut bisa dikatakan sangat sulit untuk didapatkan karena citra buruk MLM di masyarakat, sehingga kebanyakan member yang bergabung karena termakan iming-iming bonus saja, tidak akan sanggup dalam memenuhi target, menjadikan mereka merasa kecewa dan merasa ditipu atau dirugikan karena janji awal perekrutan yaitu bisa kaya secara cepat dan instan.
2. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di Kabupaten Polewali Mandar tidak sesuai karena terdapat

beberapa prinsip hukum ekonomi syariah yang tidak terpenuhi seperti prinsip keadilan, dan prinsip amanah dan kejujuran serta terdapat sikap atau perilaku member dalam merekrut yang tidak sesuai dengan hukum ekonomi syariah karena termasuk pada praktik yang mengandung *gharar* (ketidakjelasan) serta mendekati *tadlis* (penipuan) sehingga tidak terpenuhinya nilai kemaslahatan didalamnya.

### **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kabupaten Polewali Mandar, mengenai perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) pada bisnis Multi Level Marketing Syariah maka peneliti akan memberikan implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Perekrutan member Mahkota Sukses Indonesia (MSI) di Kabupaten Polewali Mandar, untuk pihak MSI seharusnya melakukan evaluasi terhadap sistem perekrutan membernya agar lebih menekankan pada penjualan produk yang nyata, bukan semata-mata pada perekrutan anggota baru. Selain itu perlu ada transparansi dalam menyampaikan potensi reward agar tidak menimbulkan harapan yang menyesatkan.
2. Untuk masyarakat seharusnya lebih selektif dan kritis dalam mengikuti bisnis berbasis *Multi Level Marketing*. Perlu dipahami dahulu sistem kerja, resiko dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah agar tidak mudah tergiur dengan iming-iming bonus instan.
3. Untuk pemerintah dan lembaga pengawas syariah diharapkan memperketat pengawasan terhadap praktik *Multi Level Marketing*. Sertifikasi dan pengawasan regular sangat diperlukan untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip ekonomi syariah.

4. Untuk peneliti dianjurkan untuk melakukan kajian terlebih lebih mendalam dengan objek penelitian yang lebih luas, seperti membandingkan beberapa perusahaan berbasis *Multi Level Marketing*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arfa, Faisar Ananda dan Warni Mapaung. *Motodologi Penelitian Hukum Islam*. Cet. II; Jakarta: Prenamedia Group, 2016.
- Arfah, Yeni. *Keputusan Pembelian Produk*. Cet. I; Padang: Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Burrell, G dan Morgan, *Sociological Paradigms and Organization Analysis*. New York: Anchor Books, 1966.
- Bodi, Muh Idham Khalid. *Koroang Mala'bi: Al-Qur'an Dan Terjemahan Bahasa Mandar Dan Indonesia*. Cet. I; Makassar: PT Balitbang Agama, 2019.
- Flantika, Feni Rita, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. I; Sumatra Barat: Pt. Global Eksklusif, 2022.
- Kementerian Agama R.I. *Al-Qur'an Al-Hikmah Dan Terjemahnya*. Diponegoro: CV Penerbit Diponegoro, 2011.
- Mardani. *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Cet. II; Depok: PT. Rajagrafindo, 2017.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet.I; Yogyakarta: LP2M, 2020.
- Pasal 1 angka 1 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- Schutz, A. *The Phenomenology of the Social World*. Noethwestern University Press, 1976.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah. Dilembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*. Cet.I; Jakarta Timur: Kencana Prenadamedia Grup, 2019.
- Suadi. *Hukum Multi Level Marketing (MLM) Syariah*. Cet.I; Yogyakarta: CV. Halaman Indonesia, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet.V; Bandung: Alfabeta CV, 2022.
- Syahrum, Salim. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet.I; Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- Yuhelson. *Pengantar Ilmu Hukum*. Cet.I; Gorontalo: Ideas Community, 2017.

### Jurnal

- Bahrudin. Moh. (2011). "Multi Level Marketing (MLM) dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal: ASAS* 3(1).
- Damayanti, Wiwik dkk. (2022). "Sistem Bisnis Multi Level Marketing pada Member Imogen Perspektif Etika Bisnis: Studi Kasus di Kota Metro". *FALAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3(2).
- Munandar, Aris dan Ahmad Hasan Ridwan, (2020) "Keadilan sebagai Prinsip dalam Ekonomi Syariah serta Aplikasinya pada Mudharabah", *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 7(1).
- Nurjannah, dkk. (2022). "Telaah Komparatif Bisnis Multi Level Marketing Konvensional Dan Multi Level Marketing Syariah", *Muamalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 14(2).

- Pramutoko, Baju. (2012). "Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Kediri" *Jurnal Cendekia* 10(3).
- Rahmawaty, Anita. (2014). "Bisnis Multilevel Marketing dalam Perspektif Islam", *Jurnal Equilibrium* 2(1).
- Ridwan, Herdiyanti. (2022). "Peranan Multi Level Marketing pada Masa Pandemi covid-19 dalam Menciptakan Pribadi Mandiri Berwirausaha dan Peningkatan Kesejahteraan Para Mitra PT. MSI yang Aktif di Kabupaten Sinjai" *Jurnal Multidisiplin Madani (Mudima)* 2(10).
- Rusmalinda, Sinta dan Windari Nurazijah. (2022). "Prinsip dan Asas Filsafat Hukum Ekonomi Syariah" *Jurnal Riesyha: Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah* 1(1).
- Sukarno, dkk. (2021). "Strategi Dan Teknik Persuasi Perekrutan Calon Anggota Baru (Studi Kasus Kebahasaan Pada Bisnis *Multi Level Marketing* Bodong)" *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya* 7(2).
- S.Y Herry dan Andri Soemitra, "Multi Level Marketing Syariah", *JESKaPe: Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan* 6(1).
- Wati, Rida dkk. (2023). "Proses Rekrutmen dan Seleksi: Potensi Ketidakefektifan dan Faktornya". *Jurnal: Niagawan* 12(2).
- Zuhdi, Muhammad Arfin. (2017). "Prinsip-Prinsip Akad dalam Transaksi Ekonomi Islam" *Jurnal Iqtishaduna* 8(2).

### **Skripsi**

- Erni, Andi. "Metode Penerapan Multi Level Marketing pada PT.K-Klinik Nusantara dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kota Palopo". *Skripsi: Institut Agama Islam. IAIN Palopo*. 2015.
- Fadhilah, Rina. "Hubungan Kekuasaan dalam Perspektif Teori Peter Blau dan Relevansinya dengan Jaringan Bisnis MLM Oriflame". *Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 2019.
- Itsnaini, Dewi "Analisis Hukum terhadap Mekanisme Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada Tiens Syariah Pekalongan" *Skripsi: Fakultas Syariah, UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan*. 2023.
- Nanda, Julizar Trio. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Penambahan Jam Kerja diluar Kontrak Kerja" *Skripsi: Fakultas Syari'ah. UIN Raden Intan Lampung*. 2024.
- Reza Noprian, "Pengaruh Rekrutmen Seleksi Penempatan dan Gaji Terhadap Kinerja Karyawan PT. Pancaprima Ekabrothers" *Skripsi: Fakultas Teknik; Universitas Malikussaleh*. 2023.
- Nurhasanah, Siti. "Bisnis Multi Level Marketing pada Aplikasi Fingo Perpektif Hukum Islam (Studi Kasus Member Fingo di Desa Buntu Kroya)" *Skripsi: Purwokweto. Fakultas Syariah*. 2022.
- Pratiei, Riri. "Anlisis teori pertukaran sosial george C. Homans dalam Interaksi Sosial Komunitas One Day One Juz (ODOJ) di Kota Bandung" *Skripsi: UIN Sunan Gunung Jati. Bandung*. 2020.

- Sholikhah, Amilatus. "Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Praktik MLM pada Bisnis MSI di Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso" *Skripsi*: Fakultas Syariah. IAIN Padangsidimpuan. 2017.
- Sofian, Ahmad. "Proses Rekrutmen dan Seleksi Karyawan PT. Komite Nasional Keselamatan untuk Instalasi Listrik (Konsul) Area Malang" *Skripsi*: Malang: Fakultas Ekonomi.
- Wibowo, Putra Adi. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera di Kota Bengkulu" *Skripsi*: Fakultas Syariah. IAIN Bengkulu. 2020.

### **Lain-lain**

- Abadi, Husnul. "Apa Itu MLM? Pahami Strategi Pemasaran Berjenjang dan Cara Kerjanya" *Blog Liputan6.Com*, diakses pada Oktober 2024, pukul 20:00 WITA.
- Adicippta, Grha. "Mengenal perbedaan rekrutmen dan seleksi", *BLOG AdIns*. 2023 <https://www.ad-ins.com/id/our-story/kisah-adins/perbedaan-rekrutmen-dan-seleksi/> diakses pada Agustus 2024. pukul 21:30 WITA.
- Ajaib Teknologi Indonesia. "Haruskah join dalam Multi Level Marketing?". 2020. <https://ajaib.co.id/haruskah-join-dalam-multi-level-marketing-ini-jawabannya/> diakses pada Agustus 2024. pukul 20:00 WITA.
- BFI Finance Indonesia Tbk. "Multi Level Marketing (MLM): Tujuan, Ciri, dan Contohnya. diakses pada Agustus 2024. pukul 22:00 WITA.
- Fauziyah, Rosyada Nur. "Pengertian Bisnis MLM; Ciri-Ciri, Tujuan dan Contohnya". *Gramedia Blog*. 2022. diakses pada 25 Mei 2024. Waktu 14:20 WITA.
- K. Khoirunnafi'ah, Multi Level Marketing dalam Islam, *Etheses IAIN Kediri* 2020, <https://ethesesiainkediri.ac.id> diakses pada 4 Juni 2024. Pukul 10:01 WITA.
- Official Website PT.MSI. 2019. "Profil Perusahaan MSI". <https://mymsi.co.id/id/beranda/>, diakses pada 7 Juni 2024. pukul 16:30 WITA.
- PATTAE.COM. 2025. *Profil Kabupaten Polewali Mandar* <https://pattae.com/profil-kabupaten-polewali-mandar-kab-polman/>, diakses pada 12 Mei 2025. waktu 15:20 WITA.
- Website Pemerintahan Kabupaten Polewali Mandar. 2022. *Sejarah Singkat* <https://polmankab.go.id> diakses pada 12 Mei 2025. waktu 15:04 WITA.
- Yogtasmara, "Bab III Prosedur Penelitian". 2020. <http://repositori.unsil.ac.id>, diakses pada 8 Juni 2024. pukul 20:15 WITA.

## LAMPIRAN

### Lampiran I

#### DAFTAR RESPONDEN

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Lama jadi member
1	Anisa	23th	Member MSI	5 tahun
2	Zulkhulaifah	21th	Mahasiswa (Member MSI)	1 tahun
3	Wahyuni	36th	Honoror (Member MSI)	2 tahun
4	Nurul	23th	Honoror (Mantan Member MSI)	1 tahun
5	Alfia	23th	Mahasiswa (Mantan Member MSI)	1 tahun
6	Erza	23th	Pebisnis (Mantan Member MSI)	2 tahun
7	Irma	34th	Honoror (Konsumen)	-
8	Intan	19th	Pelajar (Konsumen)	-

## Lampiran II

### PEDOMAN WAWANCARA

Daftar Pertanyaan	Untuk
<p>1. Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang MLM MSI ini?</p> <p>2. Siapa yang mengajak Anda bergabung dalam MLM MSI ini? Apa yang disampaikan kepada Anda sebelum Anda memutuskan untuk bergabung atau tidak bergabung?</p> <p>3. Dalam proses perekrutan, apakah ada biaya yang harus Anda bayar untuk bergabung dengan MLM MSI ini? Apakah biaya tersebut dijelaskan dengan jelas dan transparan sejak awal?</p> <p>4. Apa yang disampaikan kepada Anda saat member mengajak anda untuk bergabung?</p> <p>5. Apakah menurut Anda proses perekrutan dalam MLM MSI ini dilakukan dengan cara yang adil dan transparan?</p> <p>6. Dalam proses perekrutan, apakah Anda merasa bahwa ada risiko penipuan atau ketidakjelasan dalam transaksi, yang bertentangan dengan ajaran Islam tentang kejujuran dalam setiap transaksi?</p>	<p>Member, mantan member dan konsumen</p>
<p>7. Bagaimana cara Anda melakukan perekrutan terhadap orang lain untuk bergabung dengan MLM MSI ini? Apakah ada metode khusus yang Anda</p>	<p>Member dan Mantan member</p>

gunakan?

8. Apakah Anda perlu melakukan presentasi atau penjelasan kepada orang yang Anda ajak bergabung? Jika iya, seperti apa cara penyampaiannya?
9. Apa yang mendorong Anda untuk bergabung dengan MLM MSI ini? Apakah dorongan tersebut didasari pada pertimbangan keuntungan finansial semata atau ada aspek lain seperti keinginan untuk bekerja sama dalam bisnis yang halal menurut pandangan Islam?
10. Apakah pembagian keuntungan antara upline dan downline sudah terasa adil dalam sistem MLM MSI ini? Apakah ada perasaan bahwa sebagian besar keuntungan justru menguntungkan pihak atas atau upline?

**Lampiran III**

**DOKUMENTASI**



Wawancara dengan Anisa member MSI



Nurul mantan member MSI



Wahyuni member MSI



Erza mantan member MSI



Alfia mantan member MSI



Irma Konsumen MSI



Intan Konsumen MSI



Zulkhulaifah member MSI



Gambar Beberapa Produk MSI

## BIOGRAFI SINGKAT PENULIS



Penulis bernama Nurinda Sari atau biasa dikenal dengan nama Indah lahir pada tanggal 20 Agustus 2001 di Desa Lampoko, Kec. Campalagian, Kab. Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat. Penulis merupakan anak ke dua, dari delapan bersaudara, dari pasangan suami istri, Ramli dan Idawati.

Riwayat pendidikan penulis pertama kali menempuh pendidikan di RA PPM Al-Ikhlas Lampoko pada tahun 2005 dan selesai pada tahun 2008, pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 051 Inpres Lampoko pada tahun 2008-2014, setelah 6 tahun mengenyam pendidikan di sekolah dasar, penulis melanjutkan pendidikan di MTs DDI Baru' pada tahun 2014-2017, kemudian melanjutkan jenjang pendidikan berikutnya di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 01 Polewali Mandar, dengan mengambil jurusan IPA (Ilmu Pengetahuan Alam) dan tamat pada tahun 2020. Selanjutnya penulis melanjutkan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, dengan jurusan syariah dan ekonomi bisnis Islam pada program studi hukum ekonomi syariah.