Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi
Volume. 2, Nomor. 2 Maret 2025
e-ISSN : 3046-983X; p-ISSN : 3046-9015, Hal. 154-171
DOI: https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1752
Available online at: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Analisis Strategi Perekrutan dan Pola Kompensasi dalam Praktik Skema Piramida Berkedok Bisnis Multi Level Marketing Perspektif Ekonomi Islam

Nafilah Hemalina Putri[1*], Mohammad Luthfillah Habibi[2]
[1-2] Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
Email: imelnafilah03@gmail.com[1], ismiluthfi@gmail.com[2]*
**Penulis korespondensi: imelnafilah03@gmail.com*

Abstract. *The development of modern business has given rise to various marketing models, one of which is Multi-Level Marketing (MLM). However, in practice, many parties misuse this system into a pyramid scheme, a business model that prioritizes profits from recruiting new members rather than from actual product sales. This phenomenon causes harm to society and raises moral as well as religious concerns in Islamic law. This study aims to analyze the recruitment strategies and compensation patterns used in pyramid schemes disguised as MLM, examine them from the perspective of Islamic economics, and provide a comparison with Multi-Level Marketing systems that operate in accordance with Islamic principles. This research employs a descriptive qualitative method with a literature study approach by reviewing various sources such as books, scientific journals, and relevant academic documents. The results indicate that the recruitment system and compensation pattern in pyramid schemes contain elements of gharar, tadlis, dharar, and zhulm, all of which contradict Islamic economic principles. Therefore, the public is advised to be more cautious in choosing MLM businesses, as such models are permissible in Islam only if they focus on selling lawful (halal) products, are conducted honestly and transparently, and provide fair benefits for all parties involved.*

Keywords: *Compensation Pattern; Islamic Economic Perspective; Multi-Level Marketing; Pyramid Scheme; Recruitment System.*

Abstrak. Perkembangan bisnis modern telah melahirkan berbagai model pemasaran, salah satunya yaitu bisnis Multi Level Marketing (MLM). Namun, dalam praktiknya, tidak sedikit pihak yang menyalahgunakan sistem ini menjadi skema piramida, yaitu model bisnis yang menitikberatkan keuntungan pada perekrutan anggota baru, bukan pada penjualan produk. Fenomena tersebut menimbulkan kerugian bagi masyarakat dan memunculkan persoalan moral serta kaidah dalam pandangan Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perekrutan dan pola kompensasi yang digunakan dalam praktik skema piramida berkedok MLM, dan mengkajinya dalam perspektif ekonomi Islam, serta memberikan perbandingan dengan sistem Multi Level Marketing yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka melalui kajian dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem perekrutan dan pola kompensasi dalam praktik skema piramida, menunjukkan adanya unsur *gharar*, *tadlis*, *dharar*, dan *zhulm*, yang bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Masyarakat diharap lebih berhati-hati dalam memilih bisnis MLM, karena bisnis MLM sejatinya diperbolehkan apabila sesuai dengan prinsip Islam, yaitu berfokus pada penjualan produk yang halal, dilakukan secara jujur, transparan, dan memberikan keuntungan yang adil bagi seluruh pihak yang terlibat.

Kata Kunci: Multi Level Marketing; Perspektif Ekonomi Islam; Pola Kompensasi; Skema Piramida; Sistem Perekrutan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan sistem pemasaran modern telah melahirkan berbagai macam model bisnis yang menawarkan peluang bagi masyarakat untuk memperoleh suatu keuntungan. Salah satu model bisnis yang cukup popular dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*). Pada dasarnya, *MLM* merupakan konsep bisnis yang menekankan pada penjualan produk melalui jaringan distribusi yang melibatkan banyak anggota. Setiap anggota berhak memperoleh keuntungan, baik dari hasil

Naskah Masuk: 28 September 2025; Revisi: 26 Oktober 2025; Diterima: 26 November 2025;
Terbit: 30 November 2025

penjualan pribadi maupun dari penjualan yang dilakukan oleh jaringan anggota di bawahnya (*downline*). Namun, dalam perkembangannya, banyak praktik *MLM* yang menyimpang dari prinsip aslinya, sehingga berubah menjadi skema piramida yang berkedok bisnis *MLM*. (Masriani & Prasetyo, 2024)

Skema piramida adalah praktik yang menitikberatkan keuntungan pada aktivitas perekrutan anggota baru, bukan pada distribusi atau penjualan produk yang nyata. Artinya, sumber utama keuntungan bukanlah hasil transaksi ekonomi yang produktif, melainkan dari iuran atau pembelian paket awal anggota baru yang direkrut. Sistem ini menciptakan rantai keuntungan yang timpang, di mana pihak yang berada di posisi atas (*upline*) diuntungkan, sementara pihak yang berada di bawah (*downline*) kerap mengalami kerugian. Uang hasil dari biaya pendaftaran anggota baru, akan menjadi sumber keuntungan bagi anggota yang lama (Nurazizah et al., 2022). Fenomena ini menimbulkan berbagai persoalan, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun hukum Islam, karena menjanjikan harapan palsu kepada masyarakat dengan dalih kesuksesan instan.

Dalam praktiknya, skema piramida yang berkedok bisnis *Multi Level Marketing* umumnya dapat diketahui dengan mudah dari cara mereka merekrut anggota. Strategi perekrutan dalam bisnis skema piramida biasanya menggunakan metode yang manipulatif dengan memberikan janji palsu berupa keuntungan besar dalam waktu singkat. Ketika jaringan semakin melebar, fokus perekrutan menjadi lebih dominan dibandingkan pemasaran produk. Pada titik ini, produk hanyalah "kedok" untuk menutupi atau melegitimasi aktivitas bisnis yang sejatinya bersifat spekulatif. Dalam skema piramida, sebagian besar keuntungan diperoleh dari orang-orang yang memulai skema, keuntungan akan semakin mengecil bagi anggota dibawahnya. Bisnis ini akan akan terhenti apabila tidak ada lagi orang yang bisa direkrut (Masriani & Prasetyo, 2024).

Selain dari aspek perekrutan, pola kompensasi dalam skema piramida juga menjadi permasalahan yang mendasar. Keuntungan atau bonus yang diperoleh anggota pada dasarnya bergantung pada jumlah anggota baru yang berhasil direkrut. Dengan demikian, apabila seseorang tidak berhasil merekrut anggota baru, maka sudah dipastikan dia tidak akan mendapatkan keuntungan. Jika hal tersebut terjadi, maka individu akan sangat dirugikan dikarenakan modal awal yang telah dia dikeluarkan untuk bergabung di komunitas tersebut tidak akan bisa kembali. Model kompensasi semacam ini jelas menimbulkan ketimpangan, di mana hanya sebagian kecil individu yang berada di puncak struktur piramida yang mendapatkan keuntungan, anggota yang berada dibawahnya tidak akan mendapatkan keuntungan yang sama besarnya.

Jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, praktik skema piramida berkedok *Multi Level Marketing* ini mengandung berbagai pelanggaran prinsip dasar muamalah. Pertama, terdapat unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang disebabkan karena anggota tidak diberikan kepastian terkait mekanisme keuntungan yang sebenarnya. Kedua, praktik ini, mengandung unsur *riba*, dikarenakan nominal biaya yang besar dan tidak masuk akal untuk masuk kedalam komunitas tersebut. Ketiga, praktik ini mengandung unsur *dzulm* (kezaliman) karena adanya ketidakadilan distribusi keuntungan, yang condong merugikan *downline* dan menguntungkan upline. Terakhir, praktik ini juga mengandung unsur *maisir*, karena keuntungan didapat bagi para anggota yang beruntung (bisa merekrut orang). Hal ini jelas bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam setiap transaksi, serta mengajarkan untuk saling menguntungkan satu sama lain (Mujahidah, 2021).

Oleh karena itu, penting dilakukan sebuah kajian ilmiah untuk memahami lebih dalam bagaimana bentuk tindakan-tindakan menyimpang yang ada dalam praktik skema piramida, serta penting untuk dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi perekrutan dan pola kompensasi yang digunakan dalam praktik skema piramida yang berkedok *MLM*, serta membandingkan dengan bisnis *Multi Level Marketing* yang sesuai dengan syariat Islam. Adanya penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi secara akademis, namun juga memiliki manfaat praktis bagi masyarakat agar lebih berhati-hati dalam memilih peluang bisnis dan agar tidak terjebak pada praktik skema piramida yang berkedok bisnis *Multi Level Marketing*.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Metode kualitatif deskriptif bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa catatan tertulis, yang menggambarkan fenomena secara jelas, objektif, sistematis, dan kritis (Ramdani, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka, di mana pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan mengkaji berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen relevan lainnya yang berkaitan dengan strategi perekrutan, pola kompensasi, praktik skema piramida, serta perspektif ekonomi Islam. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti melalui penelaahan sumber-sumber literatur, baik primer maupun sekunder, yang relevan dan kredibel (Darmalaksana, 2020). Dengan menggabungkan metode deskriptif kualitatif dan studi pustaka, penelitian ini berupaya untuk memberikan analisis yang komprehensif dan mendalam mengenai strategi perekrutan dan pola

kompensasi dalam praktik skema piramida yang berkedok bisnis *Multi Level Marketing*, dengan mengkaji dan mengembangkan beberapa literatur terdahulu, tanpa melakukan pengumpulan data langsung ke lapangan.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Skema Piramida Berkedok MLM

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif mendorong para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam strategi pemasarannya. Salah satu bisnis yang digemari oleh masyarakat dengan model pemasaran berjenjang yaitu bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*). Bisnis *MLM* merupakan model pemasaran yang menerapkan sistem penjualan langsung (*direct selling*). Penjualan langsung sendiri adalah metode pemasaran barang atau jasa tertentu yang dilakukan melalui jaringan mitra usaha, di mana setiap mitra memperoleh komisi atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen tanpa melalui toko atau lokasi penjualan tetap (Arliyanda, 2020). Bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) digemari oleh masyarakat Indonesia karena sistemnya tidak membutuhkan modal yang besar, dapat dijalankan dari rumah, dan menjanjikan potensi penghasilan tinggi tanpa harus memiliki keahlian khusus di bidang bisnis.

Dalam kondisi ekonomi global dan menghadapi era perdagangan bebas, para pemilik usaha berupaya keras untuk mempertahankan pelanggan, menjaga pangsa pasar, serta memperluas jangkauan pasar yang dimiliki. Hal ini menjadi penting karena tingkat persaingan usaha semakin ketat. Namun, ketatnya persaingan tersebut juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, misalnya dengan munculnya praktik bisnis yang ilegal dan cenderung merugikan anggotanya demi mendapatkan keuntungan bisnis yang tinggi. Hal ini terbukti dengan munculnya praktik skema piramida berkedok bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) yang menjamur di Indonesia. Skema piramida merupakan bisnis yang mirip dengan *Multi Level Marketing* (*MLM*) namun dalam praktiknya, bisnis tersebut tergolong praktik ilegal dan tidak terdaftar pada APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) (Arliyanda, 2020).

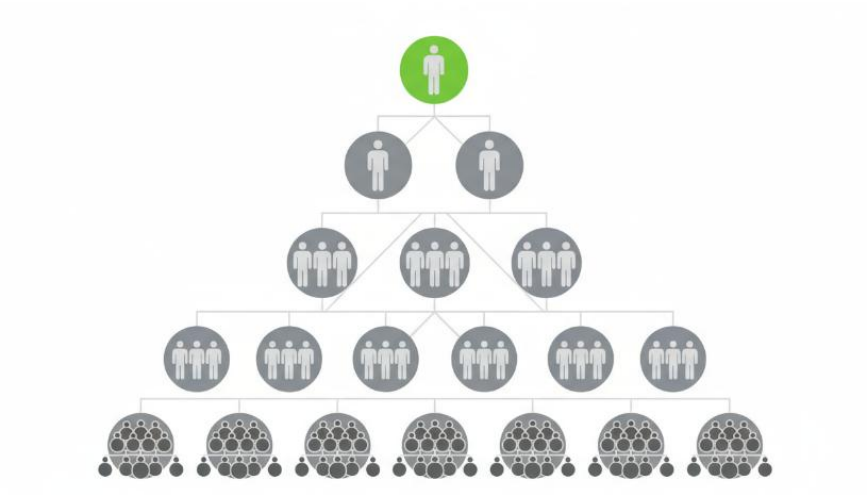
Pada Pasal 9 Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 telah dijelaskan bahwa bisnis skema piramida merupakan bisnis yang kegiatan usahanya tidak berfokus pada hasil penjualan barang, melainkan memanfaatkan peluang keikutsertaan mitra usaha untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. Imbalan tersebut umumnya berasal dari biaya pendaftaran atau partisipasi anggota baru yang bergabung setelahnya, bukan dari aktivitas penjualan produk itu sendiri (Pede et al., 2023). Berbeda dengan bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) yang keuntungannya didapatkan berdasarkan hasil penjualan produk, serta beberapa

bonus tambahan, seperti bonus penjualan pribadi, bonus kelompok dari total omset jaringan, dan bonus prestasi atas pencapaian target tertentu (Arifah, 2024).

Dalam praktik skema piramida, keikutsertaan seseorang untuk menjadi mitra usaha akan dikenakan tarif dengan jumlah yang cukup besar, dan sebagai gantinya orang tersebut akan diberikan sejumlah produk. Produk yang diberikan biasanya tidak memiliki nilai manfaat yang signifikan, karena sejatinya barang tersebut hanya untuk menutupi skema piramida yang ada di dalamnya (Janet et al., 2020). Produk berfungsi sebagai "pemanis" agar tampak seperti bisnis yang sah. Padahal, secara hukum, praktik skema piramida ini jelas dilarang sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 tentang Distribusi Barang Secara Langsung, yang menegaskan bahwa kegiatan yang menekankan keuntungan dari perekrutan anggota termasuk dalam kategori skema piramida, serta membuat marketing plan yang berorientasi pada keuntungan tanpa melakukan penjualan barang (Janet et al., 2020).

Skema piramida merupakan ancaman serius bagi stabilitas keuangan suatu negara karena dapat merusak fondasi perekonomian nasional. Praktik ini berpotensi menimbulkan kerugian yang besar bagi masyarakat, khusunya masyarakat awam yang mudah dirayu dengan janji-janji manis dari para pelaku bisnis. Para pelaku skema piramida biasanya pandai memainkan retorika, seolah-olah bisnis yang ditawarkan merupakan peluang langka menuju kebebasan finansial. Dengan gaya bicara yang meyakinkan, mereka menekankan bahwa siapa saja dapat bergabung dalam bisnis tersebut tanpa membutuhkan pengalaman atau modal besar, dan bisa sukses hanya dengan "berani mencoba". Dalam pemasarannya, masyarakat digiring untuk percaya bahwa keberhasilan hanya soal semangat dan kerja keras, serta yakin bahwa bisnis yang dijalankan dapat membuahkan hasil yang fantastis (Sukarno et al., 2021).

Berkembangnya praktik skema piramida sampai saat ini dapat disebabkan karena, rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan masyarakat. Banyak individu yang belum paham mengenai cara mengelola keuangan yang dimiliki serta mengalokasikan sebagian keuangan mereka untuk suatu bisnis yang menjanjikan. Kondisi ini membuat mereka mudah tergiur dengan tawaran bisnis yang menjanjikan keuntungan besar tanpa adanya kemampuan atau pengetahuan khusus untuk mengelola bisnis tersebut. Selain itu, faktor lain yang turut memperkuat keberlangsungan praktik ini adalah kurangnya regulasi yang tegas dan komprehensif mengenai skema piramida di suatu negara. Lemahnya aturan hukum memberikan celah bagi pelaku untuk terus mengembangkan model bisnis ilegal tersebut. Seharusnya, peraturan yang ketat sangat dibutuhkan agar dapat membatasi ruang gerak para pelaku dan mencegah masyarakat terjerumus lebih jauh (Situmeang, 2023).



Gambar 1.

Pola Bisnis Skema Piramida.

Gambar tersebut menggambarkan struktur berlapis dari skema piramida, di mana praktik ini diawali oleh satu individu yang menempati posisi teratas sebagai pengendali utama sistem. Di bawahnya terdapat beberapa lapisan peserta dengan jumlah yang terus meningkat pada setiap tingkatan, membentuk pola menyerupai piramida. Skema ini menunjukkan bahwa aliran keuntungan bergerak ke arah atas, karena setiap anggota baru yang bergabung menyetorkan sejumlah dana yang menguntungkan individu pada level yang lebih tinggi. Dengan kata lain, setiap perekrutan anggota baru akan memberikan tambahan keuntungan bagi mereka yang berada di posisi atas. Semakin ke bawah, jumlah peserta semakin banyak, namun peluang untuk memperoleh keuntungan semakin kecil. Struktur ini menunjukkan ketimpangan yang sangat jelas, di mana hanya segelintir orang di puncak yang memperoleh keuntungan besar, sementara mayoritas peserta di lapisan bawah justru berisiko mengalami kerugian akibat sistem yang tidak menjamin keberlanjutan keuntungan.

Sistem Perekrutan dan Pola Kompensasi Skema Piramida

Sistem perekrutan dan pola kompensasi pada dasarnya merupakan dua aspek krusial pada suatu bisnis yang mengatur bagaimana anggota baru dihimpun dan bagaimana sistem keuntungan didistribusikan kepada para anggota dalam suatu organisasi. Sistem perekrutan merupakan upaya mengumpulkan calon yang dibutuhkan untuk mengisi kekosongan posisi berdasarkan syarat yang telah ditentukan (Wahyono, 2018). Sedangkan pola kompensasi merupakan sistem yang menggambarkan mekanisme pemberian imbalan kepada seseorang, atas hasil kerja yang telah dilakukan. Dalam konteks skema piramida, kedua komponen ini merupakan aspek yang paling menonjol dan kerap kali disalahgunakan dalam praktiknya. Secara umum, keduanya dapat menjadi dasar untuk memahami kondisi praktik yang ada pada bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*).

Pada praktik skema piramida, perekrutan anggota baru biasanya dilakukan oleh para anggota lama yang pandai merancang kata-kata untuk menarik minat calon peserta. Strategi komunikasi yang digunakan cenderung persuasif. Biasanya mereka menawarkan sejumlah paket produk dengan harga yang sangat mahal, disertai klaim bahwa produk tersebut memiliki banyak manfaat atau khasiat yang jarang dimiliki oleh produk serupa di pasaran. Paket yang dijual umumnya terdiri dalam beberapa tingkatan, mulai dari paket yang paling rendah hingga paket yang paling tinggi (Arliyanda, 2020). Setiap tingkatan paket memberikan keuntungan yang berbeda-beda, sehingga calon anggota merasa terdorong untuk memilih paket yang lebih mahal demi mendapatkan benefit yang dianggap lebih besar. Kenyataannya, harga mahal dari setiap paket yang ditawarkan telah tercampur dengan biaya pendaftaran yang tidak ditransparansikan.

Dalam proses perekrutan, anggota lama tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga secara halus menyelipkan ajakan untuk menjadi member atau anggota baru. Ajakan ini disampaikan dengan menyebutkan sejumlah benefit yang terlihat sangat menggiurkan. Adapun beberapa benefit yang sering disampaikan yaitu (Permata, 2024)

Mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga di pasaran, sehingga calon anggota merasa memperoleh nilai lebih dari setiap pembelian.

Berpotensi mendapatkan dua sumber keuntungan, yakni dari hasil penjualan produk dan keuntungan pasif dari perekrutan anggota baru yang dilakukan di bawah jaringannya.

Mendapatkan keuntungan besar dalam waktu yang cukup singkat tanpa memerlukan keterampilan khusus dalam dunia bisnis. Bisnis tergolong fleksibel dan mampu menjadi solusi dalam menunjang penghasilan.

Perekrutan dalam bisnis skema piramida umumnya memiliki karakteristik yang manipulatif dan menyesatkan. Anggota lama kerap menampilkan citra positif dari bisnis yang dijalankan dengan memberikan gambaran kesuksesan dari para anggota yang telah bergabung sebelumnya (Sukarno et al., 2021). Kesuksesan yang disampaikan pada dasarnya merupakan kesuksesan yang semu, seperti menunjukkan kekayaan anggota yang telah mampu membeli beberapa unit mewah seperti mobil, rumah, logam mulia, dan masih banyak lagi. Testimoni dibuat seolah-olah menunjukkan kebebasan finansial yang telah diraih anggota berkat bergabung dalam bisnis tersebut. Padahal kenyataannya, keuntungan yang disebutkan tidak berasal dari hasil penjualan produk, melainkan dari hasil biaya pendaftaran anggota baru yang berhasil direkrut (Pede et al., 2023)

Pada praktik skema piramida, perekrutan diperkuat dengan adanya rancangan komunikasi yang terstruktur dengan bahasa-bahasa yang manis untuk memunculkan kepercayaan dari para calon anggota. Anggota lama biasanya akan menciptakan suasana yang penuh motivasi dan solidaritas, seolah-olah bisnis ini adalah wadah bersama untuk mencapai kesuksesan finansial. Bahasa yang digunakan pun sering kali terkesan religius, inspiratif, atau mengedepankan nilai kekeluargaan agar calon anggota merasa lebih yakin dan tidak menimbulkan kecurigaan (Sukarno et al., 2021) Dengan cara ini, banyak orang awam yang akhirnya terjebak karena percaya bahwa ia telah menemukan bisnis yang tepat dan menguntungkan, padahal yang terjadi sebenarnya adalah, mereka sedang dijadikan alat untuk memperluas jaringan dan memperbesar keuntungan pihak di atasnya.

Lebih parahnya lagi, demi mencapai target perekrutan, anggota lama sering kali menghalalkan segala cara, bahkan menjerumuskan orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, dan kerabat. Mereka menggunakan kedekatan emosional sebagai senjata, dengan dalih ingin berbagi peluang usaha atau menolong agar sama-sama sukses (Nurazizah et al., 2022). Hubungan personal dimanfaatkan untuk menekan secara halus, sehingga calon anggota merasa tidak enak hati untuk menolak. Akibatnya, lingkaran perekrutan menjadi semakin luas dan kompleks, sementara banyak di antara mereka yang baru bergabung justru berakhir dengan kerugian besar. Fenomena ini menunjukkan bahwa di balik tutur kata manis, praktik perekrutan dalam skema piramida menyimpan pola eksploitasi yang sistematis dan merugikan secara moral maupun finansial.

Secara umum, strategi perekrutan pada skema piramida dan bisnis Multi Level Marketing (MLM) memiliki kesamaan dalam penggunaan sistem berjenjang, di mana anggota lama berperan aktif merekrut anggota baru untuk memperluas jaringan. Keduanya juga sama-sama menggunakan pendekatan persuasif dengan menawarkan iming-iming keuntungan agar calon anggota tertarik untuk bergabung. Namun, terdapat perbedaan mendasar yang terletak pada fokus perekrutannya. Skema piramida berfokus pada perekrutan anggota semata dengan keuntungan yang berasal dari biaya pendaftaran, sedangkan MLM yang legal menekankan pada aktivitas penjualan produk nyata, di mana bonus dan komisi diberikan berdasarkan hasil penjualan, bukan dari perekrutan semata. Berikut merupakan perbedaan lain dari sistem perekrutan antara praktik skema piramida dengan bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*):

Tabel 1. Perbedaan Sistem Perekrutan Skema Piramida dengan MLM.

No	Aspek Perekrutan	Skema Piramida	Multi Level Marketing
1.	Tujuan Perekrutan	Merekrut anggota untuk mendapatkan keuntungan dari biaya pendaftaran member baru.	Merekrut anggota untuk memperluas jaringan distribusi produk yang nyata.
2.	Metode Perekrutan	Menarik anggota dengan menjanjikan keuntungan besar secara instan, disertai testimoni yang manipulatif serta janji akan gaya hidup mewah apabila bergabung di bisnis tersebut.	Memberikan edukasi secara jujur terkait kualitas produk yang dijual, sekaligus memberikan penawaran keuntungan apabila tertarik menjadi distributor produk.
3.	Sasaran Perekrutan	Sasaran perekrutan bersifat eksploitatif dengan menawarkan produk kepada semua kalangan tanpa mempertimbangkan relevansi sasaran, bahkan kerap diarahkan untuk merekrut keluarga, kerabat, maupun teman.	Menawarkan produk sesuai dengan sasaran orang - orang yang memang membutuhkan produk tersebut.

Tidak hanya strategi perekrutan yang tampak menyimpang, pola kompensasi dari skema piramida juga menunjukkan adanya ketidakadilan yang terletak pada pendistribusian keuntungan. Pola kompensasi dalam praktik skema piramida pada dasarnya dirancang untuk menguntungkan segelintir orang yang ada pada lapisan atas struktur jaringan. Mereka yang berada di puncak mendapatkan bagian terbesar dari keuntungan, sementara anggota yang berada di tingkat bawah hanya menerima sedikit keuntungan yang tidak sebanding dengan anggota di atasnya. Sistem ini bekerja dengan prinsip bahwa setiap anggota baru harus menyetorkan sejumlah uang, dan sebagian besar dana tersebut mengalir ke anggota di level yang lebih tinggi. Akibatnya, semakin banyak orang yang direkrut, semakin besar pula keuntungan yang diperoleh oleh mereka yang berada di posisi atas, tanpa adanya jaminan keuntungan yang sama bagi para peserta baru (Nurazizah et al., 2022).

Kondisi ini menciptakan ketimpangan yang signifikan dalam distribusi pendapatan antar anggota. Para peserta di lapisan bawah sering kali tidak mendapatkan keuntungan yang dijanjikan karena, pada dasarnya keuntungan akan didapatkan apabila anggota berhasil merekrut orang lain. Dengan kata lain, sistem ini hanya dapat bertahan jika terus ada anggota baru yang bergabung. Keuntungan yang didapatkan oleh anggota sangat bergantung pada keberhasilan dia dalam menarik anggota baru, apabila dia tidak berhasil merekrut orang lain maka dapat dipastikan dia akan merugi dan tidak balik modal. Ketika perekrutan mulai melambat atau berhenti, arus dana pun terputus, dan para anggota baru yang belum sempat

merekrut orang lain akan mengalami kerugian finansial. Dengan demikian, keuntungan pada bisnis seperti ini biasanya tidak akan bertahan lama dan suatu saat pasti akan terputus dikarenakan minimnya jumlah orang yang direkrut (Masriani & Prasetyo, 2024) .

Dapat diketahui bahwa pola kompensasi dalam praktik skema piramida bukan hanya tidak adil, namun juga tidak memberikan jaminan keuntungan yang pasti. Hal ini tidak sesuai dengan klaim yang disampaikan pada awal perekrutan, di mana para anggota dijanjikan akan memperoleh keuntungan besar dalam waktu singkat (Janet et al., 2020). Pada dasarnya, pola kompensasi pada praktik skema piramida maupun bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) sama-sama menggunakan sistem bonus atau komisi. Namun, terdapat perbedaan pada jaminan keuntungan, di mana skema piramida memberikan klaim akan mendapatkan keuntungan besar dalam waktu singkat, sedangkan pada bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*), anggota yang bergabung hanya diberikan penjelasan terkait bonus yang diberikan sesuai dengan kinerja anggota tanpa adanya janji keuntungan yang berlebihan. Berikut merupakan perbedaan lain dari pola kompensasi antara praktik skema piramida dengan bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*):

Tabel 2. Perbedaan Pola Kompensasi Skema Piramida dengan MLM.

No	Aspek Kompensasi	Skema Piramida	Multi Level Marketing
1.	Dasar Pemberian Keuntungan	Sebagian besar keuntungan diperoleh dari perekrutan anggota baru, sedangkan keuntungan dari penjualan produk relatif kecil, karena pada hakikatnya produk hanya dijadikan legitimasi semata bagi keberlangsungan bisnis.	Keuntungan yang diperoleh anggota adalah bonus dari banyaknya produk riil yang berhasil dijual saat menjadi distributor produk.
2.	Distribusi Keuntungan	Distribusi keuntungan bersifat tidak adil, karena upline / anggota yang berada diatasnya cenderung mendapatkan keuntungan yang besar dibanding downline / anggota dibawahnya.	Keuntungan yang didapatkan proporsional sesuai dengan jumlah penjualan produk yang berhasil dicapai.
3.	Kontinuitas Keuntungan	Keuntungan akan berlanjut apabila anggota masih mampu melakukan perekrutan. Rantai keuntungan bisnis akan runtuh jika tidak ada orang lagi yang berhasil direkrut.	Keuntungan akan tetap berlanjut selama produk masih dibutuhkan oleh pasar.

Sistem Perekrutan dan Pola Kompensasi Skema Piramida Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan suatu sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah, yang mengatur kegiatan ekonomi manusia agar berjalan sesuai dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan keseimbangan (Karmaen, 2024). Tujuan utama dari ekonomi Islam bukan hanya untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga untuk mewujudkan kesejahteraan bersama (*maslahah*) serta menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Dalam sistem ini, setiap aktivitas ekonomi harus dilandasi oleh nilai etika dan moral Islam, seperti larangan terhadap riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi) (Rudiansyah, 2020). Prinsip dasar ini menjadi landasan dalam menilai berbagai praktik ekonomi modern, termasuk di antaranya skema piramida yang sering kali dikaitkan dengan sistem penjualan berjenjang atau *multi level marketing* (MLM).

Praktik skema piramida pada dasarnya merupakan bentuk aktivitas bisnis yang tidak sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Diketahui bahwa praktik skema piramida berorientasi pada keuntungan semata. Beberapa aspek aktivitas yang ada dalam bisnis tersebut cenderung mengandung banyak *madharat*. Hal ini terlihat dari sistem perekrutan dan pola kompensasi yang cenderung bersifat eksploitatif. Hal tersebut tentunya bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang mengedepankan adanya transaksi bisnis yang jujur, adil, dan menyejahterakan anggotanya. Pada dasarnya Islam tidak melarang adanya praktik jual beli atau bisnis selagi dijalankan sesuai dengan prinsip Islam (Masriani & Prasetyo, 2024). Karena sesungguhnya Allah telah melarang umatnya melakukan bisnis yang bersifat eksploitatif, hal ini telah dijelaskan dalam QS. An-Nisa' ayat 29, yang berbunyi (Kementerian Agama RI, 2019):

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

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta sesama kalian dengan cara yang batil (tidak benar)".

Dalam perspektif ekonomi Islam, sistem perekrutan pada praktik skema piramida menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan prinsip Islam yaitu terdapat unsur gharar di dalamnya (Masriani & Prasetyo, 2024) Pada proses perekrutan, anggota lama tidak menjelaskan secara menyeluruh terkait aspek bisnis yang dijalankan, termasuk klasifikasi barang yang dijual, mekanisme pembagian keuntungan, maupun potensi kerugian yang mungkin terjadi di kemudian hari. Ketidakjelasan ini menimbulkan ketidakpastian bagi anggota baru yang bergabung, sehingga mereka cenderung mengambil keputusan tanpa adanya

informasi yang jelas. Dalam ekonomi Islam, setiap aspek yang ada dalam bisnis harus dijalankan dengan jelas dan transparan. Tidak boleh ada unsur *gharar* (ketidakjelasan) di dalamnya, karena gharar merupakan perbuatan yang dilarang dalam Islam. Hal ini sesuai dengan hadits Nabi SAW yang berbunyi (Dubyan, 2011):

نَهَى رسولُ اللَّهِ صلَّى اللَّهُ عليهِ وسلَّمَ عن بَيعِ الغرَرِ

Artinya: "Rasulullah melarang jual beli yang mengandung gharar (ketidakjelasan)". (HR. Muslim).

Tidak hanya terindikasi adanya unsur *gharar*, sistem perekrutan pada praktik skema piramida juga menunjukkan adanya unsur penipuan atau *tadlis*, dikarenakan dalam perekrutan anggota lama cenderung menyembunyikan fakta-fakta negatif yang ada dalam bisnis (Sari, 2025). Perekrut sering kali menggunakan kata-kata manis dan janji keuntungan besar dalam waktu singkat tanpa menjelaskan risiko yang ada. Mereka mengklaim bahwa bisnis ini merupakan peluang emas untuk mencapai kebebasan finansial tanpa memerlukan kemampuan khusus dalam dunia bisnis. Padahal, kenyataannya, anggota baru justru menanggung beban yang cukup besar dan memiliki potensi kerugian yang besar juga, dikarenakan mereka memiliki tanggungan untuk merekrut seseorang agar modal awal bisnis dapat kembali. Dalam pandangan Islam, tindakan seperti ini termasuk dalam kategori penipuan yang jelas dilarang, sebagaimana hadits Nabi SAW yang berbunyi (Al-Hamadhani, 1985):

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا وَالْمَكْر وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

Artinya, "Barangsiapa menipu kami, maka ia bukan termasuk golongan kami. Perbuatan makar dan manipulasi itu akan menjerumuskan dia ke dalam api neraka." (HR Ibnu Mas'ud).

Sistem perekrutan dalam praktik skema piramida juga menunjukkan adanya unsur dharar, yaitu tindakan yang menimbulkan kerugian atau bahaya bagi orang lain (Putra, 2023) Para perekrut sering kali melakukan cara-cara yang tidak etis, seperti memanfaatkan hubungan emosional dengan keluarga, teman, atau kerabat dekat untuk ikut bergabung dalam bisnis tersebut. Demi mengejar target untuk mengembalikan modal pribadi, mereka kerap kali membujuk orang lain tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial calon anggota. Bahkan, beberapa perekrut menyarankan agar calon anggota menjual aset pribadi untuk bisa mendaftar (Putra, 2023). Hal ini jelas bertentangan dengan prinsip Islam yang melarang segala bentuk transaksi yang dapat menimbulkan kerugian, baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain.

Hal ini sesuai dengan hadits Nabi SAW yang berbunyi (Al-Hamd, 1982):

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Artinya, "Tidak boleh ada bahaya, dan tidak boleh ada bahaya yang berbalas" (HR. Ahmad dan Ibnu Majah).

Selain menunjukkan adanya aspek yang negatif dalam sistem perekrutannya, pola kompensasi dalam praktik skema piramida juga menunjukkan adanya ketidakadilan atau mengandung unsur *zhulm* di dalamnya (Masriani & Prasetyo, 2024). Hal ini dikarenakan, keuntungan dalam pola kompensasi ini cenderung hanya dinikmati oleh perusahaan dan sebagian kecil anggota yang berada di tingkat atas, sementara anggota yang berada di bawahnya harus menanggung beban kerja dan kerugian yang cukup besar. Pola kompensasi yang seperti ini tentunya akan menimbulkan ketimpangan ekonomi, karena tidak ada keseimbangan antara usaha dan hasil yang diperoleh. Dalam Islam, setiap keuntungan harus didasarkan pada kontribusi nyata dan kerja yang sepadan, bukan hasil dari manipulasi atau eksploitasi terhadap pihak lain. Apabila keuntungan dalam bisnis bersifat tidak adil dan merugikan beberapa pihak yang ada di tingkatan tertentu, maka bisnis tersebut jelas bertentangan dengan prinsip Islam yang menekankan keadilan (Mujahidah, 2021)

Pola kompensasi dalam bisnis skema piramida ini juga tidak sesuai dengan prinsip Islam dikarenakan terdapat pendapatan pasif yang diperoleh anggota pada tingkat atas tanpa melakukan aktivitas penjualan atau pembinaan anggota. Mereka mendapatkan keuntungan hanya karena anggota bawahannya berhasil merekrut orang baru (Nurazizah et al., 2022) Pendapatan semacam ini jelas dilarang dalam agama Islam, karena keuntungan didapatkan tanpa adanya kerja atau tindakan yang nyata. Dalam Islam, setiap bentuk imbalan harus didasarkan pada jasa, kerja, atau kontribusi yang nyata. Oleh karena itu, sistem perekrutan dan pola kompensasi dalam skema piramida dapat dikatakan dilarang dikarenakan telah melanggar berbagai prinsip dasar ekonomi Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi, serta mengandung unsur yang dilarang seperti *gharar*, *tadlis*, *dharar*, dan *zhulm*.

Multi Level Marketing yang Sesuai dengan Syariat Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan bisnis seperti *Multi Level Marketing* (*MLM*) pada dasarnya tidak dilarang, selama dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, sistem MLM dapat diterima jika orientasinya benar-benar pada penjualan produk yang nyata dan memberikan keuntungan yang wajar bagi semua pihak yang terlibat. Apabila dalam praktiknya, bisnis tersebut lebih berfokus pada perekrutan anggota baru dan bersifat manipulatif dalam perekrutannya, maka praktik tersebut jelas bertentangan dengan nilai-nilai

Islam. Dalam ekonomi Islam, keadilan, kejujuran, dan keterbukaan menjadi prinsip utama yang harus dijaga agar tidak terjadi kerugian atau ketimpangan di antara para pelaku bisnis. Dengan demikian, MLM dalam perspektif ekonomi Islam dibenarkan selama dijalankan dengan prinsip yang sesuai dengan syariah dan tidak ada pihak yang dirugikan (Mujahidah, 2021).

Berdasarkan keputusan Komisi Fatwa dan Kajian Hukum Islam Majelis Ulama Indonesia (MUI) Jawa Tengah Nomor /KOM.FAT&KHI/IX/2005 mengenai bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*), dijelaskan bahwa, *MLM* merupakan bentuk akad jual beli (*al-bai'*) dengan sistem penjualan langsung (*direct selling*) yang melibatkan distributor independen untuk memasarkan produk secara mandiri. Setiap distributor menentukan target penjualannya sendiri, sedangkan imbalan berupa diskon, komisi, atau insentif diberikan secara berjenjang sesuai dengan nilai penjualan yang dicapai. Dalam hukum Islam, keuntungan yang diperoleh dari selisih harga pokok dan harga jual diperbolehkan selama dilakukan secara wajar, sesuai kualitas dan manfaat barang, serta bebas dari unsur *gharar*, paksaan, *dzulm*, spekulasi, maupun obsesi (Mujahidah, 2021).

Islam pada dasarnya memberikan ruang yang luas bagi umatnya untuk melakukan inovasi dalam bidang ekonomi dan perdagangan, selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Islam tidak membatasi bentuk atau metode transaksi pada sistem perdagangan, tetapi justru mendorong perkembangan sistem perdagangan yang dinamis dan adaptif terhadap kebutuhan zaman. Pada dasarnya segala bentuk muamalah (transaksi) diperbolehkan kecuali ada dalil yang secara tegas melarangnya. Dengan demikian, munculnya berbagai inovasi dalam metode perdagangan seperti bisnis Multi Level Marketing (MLM) diperbolehkan dalam Islam selama bisnis yang dijalankan terhindar dari dharar, jahalah, maupun zhulm (Masriani & Prasetyo, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa Islam tidak menolak kemajuan, tetapi menuntun agar setiap bentuk pembaruan dalam perdagangan berjalan dalam koridor etika dan prinsip syariah, sehingga dapat menciptakan sistem bisnis yang berkah dan berkelanjutan.

Bisnis Multi Level Marketing (MLM) kerap mengklaim bahwa sistem mereka berbeda dari skema piramida karena berfokus pada penjualan produk, bukan sekadar permainan uang (*money game*). Dalam Islam, *MLM* termasuk dalam ranah *muamalah* yang merupakan bagian dari praktik jual beli atau *buyu'*. Berdasarkan kajian fikih kontemporer, bisnis *MLM* dapat ditinjau dari dua aspek utama, yaitu (Masriani & Prasetyo, 2024):

Aspek produk: Kehalalan produk dalam bisnis *MLM* bergantung pada kandungannya. Produk akan menjadi haram jika mengandung unsur terlarang seperti babi, darah, bangkai, dan *khamr*. Begitu juga, jasa yang ditawarkan harus terbebas dari unsur maksiat seperti perjudian, perzinaan, *gharar*, dan aktivitas yang bersifat spekulatif.

Aspek sistem penjualan: Dalam *MLM*, yang dijual bukan hanya produk tetapi juga jasa pemasaran berjenjang yang memberikan imbalan berupa bonus, komisi, atau biaya promosi berdasarkan level, prestasi penjualan, dan status distributor. Dalam ekonomi Islam, sistem jasa pemasaran semacam ini dikenal dengan istilah *samsarah* atau *simsar* yang berarti perantara atau makelar, dan termasuk dalam akad *ijarah* (akad jasa dengan imbalan). Para ulama umumnya menganggap bentuk jasa ini sebagai sesuatu yang diperbolehkan (*mubah*) selama tidak mengandung unsur yang dilarang.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah menegaskan bahwa bisnis MLM dapat dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. DSN-MUI juga telah menjelaskan kembali terkait aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam menjaga kehalalan dari bisnis Multi Level Marketing (MLM). Hal tersebut dijelaskan dalam fatwanya Nomor. 75/DSN MUI/VII/2009:

1) Harus ada objek transaksi nyata berupa barang atau jasa yang diperjualbelikan.
2) Barang atau jasa yang diperdagangkan tidak boleh termasuk dalam kategori haram, baik zatnya maupun penggunaannya untuk hal yang dilarang.
3) Setiap transaksi muamalah harus terbebas dari unsur gharar (ketidakjelasan), maysir (perjudian), riba (bunga), dharar (merugikan), dzulm (kezaliman), dan maksiat.
4) Tidak diperbolehkan adanya kenaikan harga atau biaya yang berlebihan (mark-up berlebih) yang dapat merugikan konsumen karena tidak sebanding dengan kualitas atau manfaat produk.
5) Komisi yang diberikan perusahaan kepada anggota harus berdasarkan prestasi kerja nyata yang berkaitan langsung dengan volume atau nilai penjualan produk, serta memastikan pendapatan utama mitra usaha berasal dari kegiatan penjualan langsung barang atau jasa.
6) Bonus yang diberikan harus ditentukan secara jelas jumlahnya pada saat akad, serta disesuaikan dengan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan.
7) Tidak diperkenankan adanya pemberian komisi atau bonus pasif yang diterima secara regular atau rutin tanpa adanya aktivitas pembinaan maupun penjualan produk.

8) Pemberian komisi atau bonus tidak boleh bersifat berlebihan hingga menimbulkan unsur ighra' (memicu ketamakan).
9) Pembagian bonus harus dilakukan secara adil tanpa adanya eksploitasi antara anggota senior dengan anggota baru.
10) Sistem perekrutan maupun pemberian penghargaan tidak boleh mengandung unsur yang bertentangan dengan akidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan sebagainya.
11) Setiap mitra usaha yang merekrut anggota baru berkewajiban untuk memberikan pembinaan dan pengawasan terhadap anggota yang direkrutnya.
12) Dilarang keras melakukan praktik yang mengarah pada kegiatan money game

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa praktik skema piramida yang berkedok bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) merupakan bentuk aktivitas ekonomi yang menyimpang dan bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Skema piramida menitikberatkan keuntungan pada perekrutan anggota baru, bukan pada penjualan produk yang nyata, sehingga menciptakan sistem yang eksploitatif, tidak adil, dan bersifat manipulatif. Strategi perekrutan yang dijalankan juga cenderung menyesatkan, yaitu dengan memberikan janji keuntungan besar dalam waktu singkat, sedangkan pola kompensasinya cenderung tidak adil dan tidak transparan. Keuntungan yang ada pada praktik skema piramida hanya menguntungkan sebagian kecil anggota yang berada pada posisi atas.

Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik skema piramida mengandung beberapa unsur yang dilarang dalam agama Islam. Hal ini terlihat dari sistem perekrutan dan pola kompensasi yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), *dharar* (kerugian), dan *zhulm* (kezaliman). Pada dasarnya, bisnis *Multi Level Marketing* (*MLM*) diperbolehkan selama dijalankan sesuai dengan prinsip Islam, yaitu mengedepankan keadilan, kejujuran, transparansi, serta berfokus pada penjualan produk halal dan bermanfaat. Bisnis *MLM* yang dijalankan juga harus menguntungkan bagi semua anggota yang bergabung. Penting bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih peluang bisnis, yaitu dengan memastikan praktik bisnis yang dijalankan telah sesuai dengan nilai-nilai syariah agar terhindar dari praktik yang merugikan dan menyimpang dari ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Suwandono, & Murwadji, B. J. T. (2020). Praktik skema piramida dalam sistem distribusi barang. Jurnal Ilmu Kepolisian, 14(2), 18. https://doi.org/10.35879/jik.v14i2.257

Al-Hamadhani, A. S. al-Daylami. (1985). Kitab al-Firdaws bi Ma'thur al-Khattab. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Arifah, R. H. (2024). Analisis penerapan akad ju'alah dalam sistem pemberian bonus MLM (Multi Level Marketing) pada bisnis Tiens.

Arliyanda. (2020). Eksistensi produk multi level marketing dengan skema piramida dalam sistem hukum di Indonesia. Tadulako Master Law Journal, 4(1), 80–92. http://jurnal.pasca.untad.ac.id/index.php/TMLJ/article/view/194

Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dubyan, D. bin M. (n.d.). Kitab al-Mu'āmalāt al-Māliyah Aṣālah wa Mu'āṣarah. https://shamela.ws/author/1672

Karmaen Samsul, S. (2024). Harmoni ekonomi dan moralitas. Fikroh, 8(2), 107–125. https://doi.org/10.37216/fikroh.v8i2.1732

Masriani, Y. T., & Prasetyo, B. (2024). Regulasi praktik dan dinamika multi level marketing perspektif ekonomi syariah dalam hukum Islam (pp. 465–478).

Mujahidah, D. (2021). Identifikasi MLM yang halal perspektif hukum ekonomi syariah, 5(2).

Nurazizah, S., Sumantri, L. J., Aulia, F. L., & Najibah, N. (2022). Tinjauan hukum terhadap bisnis dengan multi level marketing (MLM) dengan skema piramida berdasarkan pendekatan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Nusa Putra University.

Pede, A., Yunus, Y., Alifsyahrin, S., & Safrin, L. (2023). Bisnis berkedok multilevel marketing (MLM) berskema piramida menurut pandangan hukum pidana, 7(2), 2614–2618.

Permata, A. (2024). Berbisnis di MLM: Cara cepat kaya atau hanya janji manis? bisnismuda.id. https://bisnismuda.id/read/10481-ajeng-permata/berbisnis-di-mlm-cara-cepat-kaya-atau-hanya-janji-manis

Putra, P. A. A. (2023). Aplikasi kaidah lā dharara wa lā dhirār dalam hukum ekonomi syariah. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(2), 4164–4179. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4391

Ramdani, S. (2022). BAB II Metodologi penelitian (pp. 6–9). Repository STEI.

Rudiasyah. (2020). Telaah gharar, riba dan maisir dalam perspektif transaksi ekonomi Islam. AL Huquq Journal of Indonesia Islamic Economic Law, 2(1), 98–113.

Sari, L. A. B. (2025). Multi-level marketing (MLM) law according to the fatwa of the Lajnah Daimah. Jurnal Pendidikan IPS, 15(2). https://doi.org/10.37630/jpi.v12i1.617

Situmeang, S. M. T. (2023). Pertanggungjawaban pidana korporasi terhadap kejahatan bisnis berkedok skema piramida dalam perspektif perlindungan konsumen dan penegakan hukumnya di Indonesia. Res Nullius Law Journal, 5(1).

Sukarno, A. N., & Setiari, A. D. (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), 406–423.

Wahyono, T. (2018). Analisis faktor yang mempengaruhi sistem rekrutmen SDM dalam meningkatkan kinerja karyawan pada PT. Sumo Internusa Indonesia Cabang Medan. Ekonomi, 4(1), 69–83. https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/545