STRATEGI PEMASARAN BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING (MLM)* DITINJAU DARI ANALISIS FIQIH BISNIS (STUDI KASUS DI TOKO SUKAHERBAL DI JORONG SARILAMAK, KABUPATEN LIMA PULUH KOTA)

Sri Dania Putri[1], Awaluddin[2], Andis Febrian[3], Gina Havieza Elmizan[4]

[1,2,3,4]*Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi*
E-mail : sridaniaputri03@gmail.com[1], awaluddin@uinbukittinggi.ac.id[2], andisfebrian@uinbukittinggi.ac.id[3], ginaelmizan@iainbukittinggi.ac.id[4]

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya praktik bisnis Multi Level Marketing (MLM) di Toko Sukaherbal yang menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif sekaligus sesuai dengan prinsip fiqih bisnis Islam. Serta dampak strategi pemasaran bisnis Multi Level Marketing pada Toko Sukaherbal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Pemasaran Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau dari Analisis Fiqih Bisnis (Studi Kasus di Toko Sukaherbal di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Dampak Strategi Pemasaran Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada toko Sukaherbal Di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota). Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan informan yang meliputi pemilik toko, karyawan, serta reseller. Selanjutnya, data dianalisis melalui beberapa langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran MLM yang diterapkan oleh Toko Sukaherbal yaitu menggunakan strategi pemasaran Multi Level Marketing yang di kombinasikan dengan strategi pemasaran berbasis jaringan dijalankan dengan menitikberatkan pada penjualan produk nyata , bukan semata- mata perekrutan anggota, lalu pemasaran dari mulut ke mulut, serta pemanfaatan media sosial yang dilakukan dengan menekankan kejujuran, amanah, tanggung jawab dalam penyampaian informasi, sehingga tidak mengandung unsur penipuan atau manipulasi. Produk yang dipasarkan juga halal, memiliki izin BPOM, dan disampaikan secara transparan. Sistem pemasaran yang dijalankan memiliki kejelasan akad, transparansi mekanisme keuntungan, dan pembagian hasil yang adil. Strategi pemasaran MLM yang diterapkan di Toko Sukaherbal dinilai sesuai dengan prinsip fiqih bisnis karena tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir, serta keuntungan diperoleh dari aktivitas jual beli produk secara nyata. Penerapan strategi ini memberikan dampak positif berupa peningkatan penjualan, bertambahnya jumlah reseller, perluasan jaringan usaha, serta peningkatan pendapatan karyawan dan reseller. Dengan demikian, strategi pemasaran MLM di Toko Sukaherbal dapat dinyatakan sejalan dengan prinsip fiqih bisnis.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Multi Level Marketing, Fiqih Bisnis*

ABSTRACT

This research is motivated by the development of Multi Level Marketing (MLM) business practices in Sukaherbal Store which requires an effective marketing strategy that is in accordance with the principles of Islamic business jurisprudence. As well as the impact of Multi Level Marketing business marketing strategies on Sukaherbal Store. This study aims to determine the Marketing Strategy of Multi Level Marketing (MLM) Business Marketing Reviewed from Business Fiqh Analysis (Case Study at Sukaherbal Store in Jorong Sarilamak, Lima Puluh Kota Regency and the Impact of Multi Level Marketing (MLM) Business Marketing Strategies on Sukaherbal Store in Jorong Sarilamak, Lima Puluh Kota Regency). This study applies a qualitative descriptive method using a case study approach. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation, with informants including store owners, employees, and resellers. Furthermore, the data was analyzed through several steps, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification. The results of the study indicate that the MLM marketing strategy implemented by Toko Sukaherbal uses a Multi Level Marketing marketing strategy combined with a network-based marketing strategy implemented by emphasizing the sale of real products, not merely recruiting members, then word of mouth marketing, and the use of social media carried out by emphasizing honesty, trustworthiness, responsibility in conveying information, so that it does not contain elements of fraud or manipulation. The products marketed are also halal, have BPOM permits, and are delivered transparently. The marketing system implemented has clear contracts, transparent profit mechanisms, and fair profit sharing. The MLM marketing strategy implemented at Toko Sukaherbal is considered in accordance with the principles of business fiqh because it does not contain elements of usury, gharar, or maysir, and profits are obtained from real product buying and selling activities. The implementation of this strategy has a positive impact in the form of increased sales, an increase in the number of resellers, expansion of business networks, and an increase in employee and reseller income. Thus, the MLM marketing strategy at Toko Sukaherbal can be stated to be in line with the principles of business fiqh.

Keywords : *Marketing Strategy, Multi-Level Marketing, Business Fiqh*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis pada era modern menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan, terutama dalam sektor pemasaran. Berbagai inovasi pemasaran yang terus berkembang menimbulkan pandangan di masyarakat bahwa kegiatan pemasaran identik dengan peluang memperoleh keuntungan yang besar. Namun, di balik perkembangan tersebut, muncul pula berbagai persoalan ekonomi, seperti semakin beragamnya jenis transaksi dan model bisnis yang menawarkan janji keuntungan berlipat, termasuk yang terjadi di Indonesia.

Secara konseptual, pemasaran dipahami sebagai rangkaian aktivitas yang dijalankan oleh individu maupun kelompok dalam upaya menciptakan, menawarkan, dan menyalurkan nilai suatu produk atau jasa kepada pihak lain guna memenuhi kebutuhan serta keinginan pasar.[1] Dalam perspektif ekonomi Islam, kegiatan pemasaran harus selaras dengan nilai-nilai syariah. Pemasaran syariah merujuk pada seperangkat strategi dan kegiatan pemasaran yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip serta kontrak yang mematuhi ketentuan syariat Islam dengan tujuan mewujudkan kemaslahatan bagi semua pihak. Konsep ini menitikberatkan pada nilai kejujuran, keadilan, keterbukaan, serta kejelasan akad, sehingga produk atau jasa yang dipasarkan tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga sejalan dengan ajaran Islam.

Salah satu jenis pemasaran langsung yang tumbuh dengan cepat adalah Multi Level Marketing (MLM). Sistem ini menggunakan pendekatan pemasaran bertingkat yang melibatkan beberapa level dalam struktur anggotanya. Di dalamnya, terdapat posisi tingkat tinggi (upline) dan tingkat rendah (downline) yang saling terkait dalam suatu jaringan penyebaran. Model MLM ini didasarkan pada jaringan operasional yang terus-menerus, di mana pelanggan tidak hanya bertindak sebagai pengguna barang, tetapi juga ikut serta sebagai bagian dari tim pemasaran perusahaan. [2]

Penerapan sistem pemasaran dalam MLM umumnya menggunakan metode penjualan langsung *(direct selling)*, yakni produsen menyalurkan produk kepada konsumen melalui perantara agen atau mitra usaha. Agen tersebut bertugas memasarkan produk secara langsung kepada masyarakat tanpa melalui jalur distribusi konvensional. Sebagai bentuk kompensasi atas aktivitas pemasaran yang dilakukan, para agen memperoleh imbalan dalam bentuk bonus atau komisi yang perhitungannya didasarkan pada volume penjualan atau transaksi yang berhasil direalisasikan, baik secara individu maupun melalui jaringan yang dibangun. Sistem pemasaran Multi Level Marketing (MLM) memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari bentuk pemasaran lainnya. Karakteristik tersebut meliputi adanya struktur keanggotaan yang berjenjang, aktivitas perekrutan anggota, kegiatan penjualan produk, penyelenggaraan program pelatihan, serta pemberian insentif atau bonus oleh perusahaan. Meskipun secara konseptual sistem ini dirancang dengan mekanisme yang jelas, dalam implementasinya sering ditemukan perbedaan antara konsep teoritis dan praktik yang terjadi di lapangan. Perbedaan tersebut umumnya tampak pada sistem pembagian bonus, pola pengawasan terhadap anggota, serta

[1] Eka Saputri Marheni, *Pengantar Manajemen* (Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), 4.

[2] Lutfiah Fajrianti, "Konsep Implementasi Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Berdasarkan Tinjauan Fiqih Muamalah Dengan Penerapan Nilai-Nilai Islam Berlandaskan Alqur'an Dan Hadist," *Lentera: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 4, no. 2 (2022): 114.

mekanisme perekrutan yang dijalankan oleh pelaku usaha.[3] Di Indonesia, bisnis MLM mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dan dinilai mampu memberikan manfaat ekonomi bagi sebagian masyarakat melalui sistem bonus dan insentif. Namun, praktik MLM juga mendapat perhatian dari kalangan ulama dan ekonom syariah, terutama terkait kejelasan sistem operasional, kehalalan produk, serta budaya kerja yang diterapkan.

Setiap bentuk transaksi bisnis, termasuk MLM, harus memenuhi prinsip-prinsip syariah agar dapat dikategorikan sebagai transaksi yang sah dan dibenarkan secara hukum Islam. Prinsip tersebut meliputi keadilan, transparansi, kepastian akad, serta terhindar dari unsur gharar, tadlis, dan maysir. MLM dalam kajian fiqih Islam termasuk ke dalam ruang lingkup fiqih bisnis, yaitu hukum-hukum syariah yang mengatur aktivitas ekonomi manusia berasal dari ayat Al-Qur'an dan Hadis. Menurut fiqih bisnis, setiap transaksi diharapkan dapat berjalan secara etis, jujur, dan sesuai dengan aturan syariah Islam. Dengan demikian, kejelasan akad, mekanisme pembagian keuntungan, serta orientasi transaksi pada barang atau jasa yang nyata menjadi aspek penting dalam menilai keabsahan suatu praktik bisnis.

Toko Sukaherbal merupakan salah satu toko yang menjalankan bisnis MLM yang berlokasi di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota, diketahui bahwa toko ini menjalankan beberapa jenis bisnis MLM secara bersamaan, yaitu Izzaura, Stala Herbal, dan D'Panen. Bisnis MLM ini dijalankan sejak tahun 2022 hingga saat ini, dengan posisi sebagai sub agen dan agen. Motivasi utama toko tersebut bergabung dalam bisnis adalah karena besarnya keuntungan yang diperoleh serta fleksibilitas waktu kerja yang ditawarkan. Dalam sistem MLM, besarnya bonus yang diterima biasanya dipengaruhi oleh tingkat keanggotaan dan luasnya jaringan yang dibangun. Namun, praktik tersebut masih menghadapi berbagai persoalan terkait penerapan pemasaran syariah. Sebagian pelaku usaha belum memahami prinsip pemasaran syariah secara menyeluruh, sehingga strategi yang digunakan lebih berfokus pada keuntungan tanpa memperhatikan aspek kehalalan dan kesesuaian dengan nilai syariah. Hal ini dapat memicu praktik yang kurang transparan, janji keuntungan berlebihan, serta ketidakjelasan sistem pembagian bonus. Selain itu, maraknya pelaksanaan berbagai jenis bisnis MLM secara bersamaan juga berpotensi menimbulkan ketidakkonsistenan strategi pemasaran dan kesulitan dalam membedakan skema yang sesuai syariah dengan yang mengandung unsur gharar atau maysir.

Selain itu, praktik yang lebih menonjolkan perekrutan anggota dibandingkan penjualan produk menimbulkan kesan bahwa keuntungan lebih bertumpu pada jaringan, bukan pada transaksi barang yang nyata, sehingga memunculkan keraguan terhadap keabsahan praktik MLM tersebut menurut fiqih bisnis., Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Multi Level Marketing (MLM) ditinjau dari analisis fiqih bisnis (studi kasus di toko sukaherbal di jorong Sarilamak, kabupaten Lima Puluh Kota) serta dampak strategi pemasaran bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada toko sukaherbal di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota)

I. Kajian Pustaka

A. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana sistematis untuk mengarahkan operasional pemasaran menuju tujuan organisasi. Proses ini melibatkan pemilihan target pasar, pengaturan variabel

[3] Kisanda Midisen, "Analisis Perbandingan Teori Dan Praktek Sistem Multi Level Marketing Pada Bisnis Paytren Dalam Perspektif Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 2.

pemasaran, dan pemanfaatan sumber daya demi menciptakan nilai bagi pembeli serta posisi unggul di tengah persaingan bisnis. Dalam konteks bisnis modern, melakukan pembangunan hubungan jangka panjang dengan konsumen berdasarkan kepercayaan dan kepuasan. Strategi pemasaran dapat dipahami sebagai rencana terstruktur dan terpadu yang mengarahkan kegiatan bisnis dalam mencapai tujuan tertentu melalui berbagai aktivitas pemasaran, seperti promosi, penjualan, pengelolaan produk, dan distribusi.[4] Adanya analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan internal meliputi kemampuan sumber daya manusia, sistem manajerial, serta kapasitas operasional, sedangkan lingkungan eksternal mencakup kondisi pasar, perilaku konsumen, persaingan usaha, dan regulasi. Strategi pemasaran yang efektif adalah strategi yang mampu menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan tersebut serta tetap konsisten dengan nilai dan tujuan perusahaan.[5] Adapun pemasaran dapat didefiniskan sebagai serangkaian aktivitas yang dilaksanakan oleh individu- individu yang bertujuan untuk memenuhi hasrat serta keperluan manusia dengan menjalankan proses tukar menukar nilai. [6]

B. Manajemen Pemasaran Islami

Manajemen pemasaran adalah pengaturan kegiatan pemasaran yang mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan yang selaras dengan prinsip syariah.[7] Konsep ini menempatkan pemasaran sebagai bagian dari ibadah muamalah, sehingga setiap aktivitas pemasaran harus bebas dari unsur riba, gharar, tadlis, dan bentuk ketidakadilan lainnya. Orientasi utama manajemen pemasaran Islami bukan semata-mata keuntungan material, melainkan pencapaian kemaslahatan bersama dan keberkahan usaha. Manajemen pemasaran Islami memiliki karakteristik rabbaniyah (ketuhanan), akhlaqiyah (moralitas), al-waqi'iyah (realistis), dan insaniyah (humanis). Keempat karakteristik ini menegaskan bahwa praktik pemasaran harus tunduk pada nilai-nilai ilahiah, menjunjung etika, fleksibel terhadap perkembangan zaman, serta menghormati martabat manusia. Dengan demikian, pemasaran Islami menjadi instrumen ekonomi yang tidak hanya produktif, tetapi juga bermartabat dan berkeadilan.[8]

C. Multi Level Marketing (MLM)

Multi Level Marketing (MLM) adalah model pemasaran berjenjang yang memanfaatkan jaringan distribusi untuk menyalurkan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen. Sistem ini mengandalkan metode direct selling sehingga jalur distribusi menjadi lebih singkat dan biaya pemasaran dapat ditekan. Melalui mekanisme tersebut, keuntungan yang pada pemasaran konvensional dinikmati oleh perantara dialihkan kepada distributor dalam bentuk komisi dan bonus berdasarkan hasil penjualan.[9] Dalam praktiknya, MLM memberikan peluang bagi individu untuk menjalankan usaha secara mandiri dengan mengikuti sistem yang telah ditetapkan perusahaan. Struktur organisasi MLM tersusun dalam hubungan upline dan downline, di mana

[4] Khadijah Nurani Riska Mahmuda, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Wisata Kuliner Perspektif Pariwisata Syariah (Studi Kasus Los Lambuang Balai Kurai Taji Kota Pariaman)" 2, no. 10 (2024): 1581.

[5] Rahayu Putri Helina, "Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan," *Jurnal Edumonika* 8, no. 1 (2023): 3.

[6] Jon Kenedi and Roflis, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Dengan BMC Models," *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif* 06, no. 1 (2025): 362.

[7] Nur Fadilah, "Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari 'ah," *Jurnal Salimiya* 1, no. 2 (2020): 206.

[8] Nasution et al., *Manajemen Pemasaran Syariah Dan Konvensional* (Yogyakarta: PT Inovasi Pratama Internasional, n.d.), 35.

[9] Asyura, Nasution, and Muhardinata, *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), 8.

setiap distributor memiliki peran ganda sebagai penjual produk dan pengembang jaringan pemasaran. Penghasilan distributor diperoleh dari penjualan pribadi serta kontribusi penjualan jaringan yang dibangun, sehingga keberhasilan usaha sangat bergantung pada kerja sama dan pembinaan antar anggota.

Ditinjau dari perspektif syariah, bisnis MLM tidak ditentukan oleh klaim formal, melainkan oleh kesesuaian praktiknya dengan prinsip syariah. MLM yang sesuai syariah harus menjalankan sistem yang transparan, tidak menjanjikan keuntungan instan, serta terbebas dari unsur riba, gharar, penipuan, dan eksploitasi. Produk yang dipasarkan harus nyata, halal, bermanfaat, dan tidak ditetapkan dengan harga berlebihan. Selain itu, perusahaan harus menerapkan sistem keuangan yang sesuai syariah dan didukung oleh nilai kejujuran, keadilan, serta etika bisnis Islam sebagai landasan operasionalnya. [10]

D. Prinsip- Prinsip Marketing Syariah

Marketing syariah merupakan aktivitas pemasaran yang seluruh prosesnya berlandaskan pada nilai-nilai Islam dengan tujuan tidak hanya memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga mewujudkan kemaslahatan dan keadilan sosial. Berikut beberapa prinsip- prinsip marketing syariah : [11]

1. Prinsip kesatuan (tauhid) yaitu Keyakinan pada keesaan Allah
2. Prinsip kebolehan (ibahah) yaitu Hukum asal boleh
3. Prinsip keadilan (al adl) yaitu sifat yang berlaku adil antar sesama
4. Prinsip kehendak bebas (al hurriyah) yaitu kebebasan dalam berkehendak
5. Prinsip pertanggungjawaban yaitu bertanggung jawab dalam segi apapun
6. Prinsip kebajikan dan kejujuran yaitu berbuat baik dan berlaku jujur
7. Prinsip kerelaan yaitu kerelaan antara kedua belah pihak
8. Prinsip kemanfaatan yaitu harus memberikan suatu manfaat
9. Prinsip larangan riba

E. Fiqih Bisnis

Fiqih bisnis merupakan cabang ilmu yang secara khusus mengkaji ketentuan hukum Islam yang mengatur berbagai aktivitas usaha dan transaksi ekonomi. Hukum Islam atau syariah mencakup keseluruhan ajaran Islam yang meliputi aspek akidah, aturan hukum (syariah), serta nilai-nilai akhlak.[12] Oleh karena itu, fiqih bisnis berfungsi sebagai pedoman agar setiap praktik bisnis yang dilakukan oleh umat Islam berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan menjunjung nilai etika Islam. Berikut ini ada beberapa prinsip fiqih bisnis yaitu : [13]

1. Mubah

Konsep mubah merujuk pada aktivitas bisnis yang dibolehkan selama tidak terdapat ketentuan syariah yang melarang serta tidak menimbulkan dampak negatif bagi pihak lain.

[10] Hilda Monoarfa and Juliana, *Falsafah Dan Praktik Bisnis Islami: Dari Rasulullah Hingga Era Digital* (Depok: Ranka Publishing, 2025), 189.

[11] Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital* (Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020), 11.

[12] Fauzi Muhammad and Baharuddin Ahmad, *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media, 2021), 7.

[13] Siregar., . Idris, and Ucok Kurnia Meliala, "Prinsip Prinsip Dasar Muamalah Dalam Islam Seperti Konteks Meningkatnya Minat Terhadap Ekonomi Syariah Di Berbagai," *Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra Dan Budaya (Morfologi)* 2, no. 4 (2024): 113.

2. Prinsip keadilan

Setiap bentuk transaksi wajib dilaksanakan secara proporsional dengan menjamin keseimbangan hak dan kewajiban, sehingga terhindar dari praktik ketidakadilan atau kezaliman.

3. Saling menguntungkan

Kegiatan usaha harus memberikan manfaat yang wajar bagi seluruh pihak yang terlibat dan tidak menempatkan salah satu pihak dalam posisi dirugikan.

4. Terhindar dari riba

Transaksi ekonomi harus disusun tanpa adanya tambahan yang bersifat riba, karena praktik tersebut bertentangan dengan prinsip keadilan dalam syariah

5. Jujur dan amanah

Pelaku usaha dituntut untuk menyampaikan informasi secara benar serta menjalankan tanggung jawab dengan penuh integritas guna menjaga kepercayaan dalam muamalah.

6. Saling menghargai

Interaksi bisnis perlu dilandasi sikap menghargai hak, keputusan, dan perbedaan antarindividu agar tercipta hubungan usaha yang etis dan harmonis.

F. Multi Level Marketing Dalam Fiqih Bisnis

Prinsip dasar fiqih bisnis memandang praktik MLM sebagai aktivitas ekonomi yang diperbolehkan selama tidak melanggar batasan syariah. Hal ini berarti operasional MLM harus bersih dari unsur riba dan perjudian (maysir), tidak mengandung penipuan atau gharar, menghindari praktik tadlis, serta tidak merugikan salah satu pihak secara tidak adil. Keabsahan MLM ditentukan oleh keberadaan produk yang nyata dan halal, kejelasan akad, transparansi sistem bonus, serta dominasi penjualan produk dibandingkan perekrutan anggota. MLM dinilai tidak sesuai syariah apabila lebih menekankan pada perekrutan anggota tanpa transaksi riil, sehingga mendekati skema piramida. Oleh karena itu, analisis fiqih bisnis diperlukan untuk menilai kesesuaian praktik MLM dengan prinsip-prinsip syariah. [14]

METODE

Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis kesesuaian strategi MLM di Toko Sukaherbal terhadap aturan fiqih bisnis. Pemilihan metode kualitatif didasari oleh kebutuhan untuk mendeskripsikan dan mengkaji secara tajam operasional pemasaran di lokasi tersebut. Studi kasus ini dilaksanakan di Jorong Sarilamak mulai Agustus 2025, dengan fokus pada sinkronisasi antara aktivitas ekonomi praktis dan nilai-nilai syariat Islam.

Data penelitian diperoleh dari informan kunci yang terlibat langsung dalam sistem MLM di Toko Sukaherbal, yakni pemilik toko, karyawan, dan reseller. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (purposive sampling) guna memastikan data yang didapat relevan dengan fokus penelitian. Selain mengandalkan wawancara dan pengamatan langsung sebagai data utama, peneliti juga menggunakan dokumen pendukung sebagai data sekunder. Seluruh informasi yang

[14] Andri Ardiansyah et al., "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fiqih Muamalah," *Jurnal Indragiri Multidisiplin* 4, no. 3 (2024): 5.

terkumpul kemudian dianalisis melalui proses penyaringan (reduksi), pengorganisasian data, serta verifikasi akhir untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Ditinjau Dari Analisis Fiqih Bisnis (Studi Kasus Di Toko Sukaherbal Di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota)

Strategi pemasaran merupakan suatu perencanaan yang disusun secara menyeluruh dan terpadu dalam bidang pemasaran sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan usaha guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran bisnis yang digunakan di Toko Sukaherbal Di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota ialah menggunakan strategi Multi Level Marketing dengan mengkombinasikan dengan beberapa metode yaitu:

1. Pemasaran Langsung (*Direct Selling*)

Memungkinkan terjalinnya komunikasi tatap muka antara pemilik, karyawan, reseller, dan konsumen. Melalui pendekatan ini, informasi mengenai produk, seperti manfaat, cara penggunaan, dan keunggulan produk, dapat disampaikan secara jelas dan transparan. Ditinjau dari perspektif fiqih bisnis, strategi penjualan langsung yang diterapkan oleh Toko Sukaherbal dapat dikategorikan sebagai praktik yang dibolehkan. Transaksi dilakukan secara jelas, transparan, dan berdasarkan kemauan antara penjual dan pembeli, sehingga terhindar dari unsur gharar atau ketidakjelasan.

2. Pemasaran Berbasis Jaringan

Dilakukan dengan melibatkan reseller dalam membangun jaringan pemasaran secara berjenjang yaitu Setiap reseller memiliki peluang memperoleh keuntungan, baik dari penjualan pribadi maupun dari hasil penjualan jaringan yang dibinanya. dalam fiqih bisnis selama keuntungan yang diperoleh bersumber dari aktivitas penjualan produk yang riil. Sistem kerja sama antara pemilik usaha dan reseller mencerminkan prinsip tolong-menolong dalam kebaikan dan saling menguntungkan Dengan demikian, pemasaran berjenjang yang diterapkan di Toko Sukaherbal tidak bertentangan dengan prinsip syariah selama tidak mengandung unsur penipuan, eksploitasi, maupun ketidakadilan.

3. Pemasaran dari mulut ke mulut

Strategi ini berperan sangat penting karena dinilai efektif dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli masyarakat. Pemasaran ini dinilai sejalan dengan nilai-nilai fiqih bisnis karena bertumpu pada kejujuran dan amanah dalam menyampaikan informasi produk. Selama reseller menyampaikan informasi yang benar dan tidak berlebihan, strategi ini mencerminkan prinsip kejujuran. dalam pemasaran kejujuran berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan mencegah terjadinya praktik penipuan.

4. Pemasaran melalui media sosial

Pemanfaatan media sosial berupa WhatsApp dan Facebook menjadi salah satu upaya Toko Sukaherbal dalam memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah akses informasi produk kepada konsumen. Dalam fiqih bisnis diperbolehkan, selama informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan dan tidak mengandung unsur kebohongan atau manipulasi

Penerapan strategi pemasaran MLM di Toko Sukaherbal dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dengan faktor eksternal sebagai hambatan utama, yaitu rendahnya pemahaman masyarakat mengenai konsep MLM, adanya persepsi negatif akibat maraknya praktik MLM bermasalah, serta keterbatasan kemampuan ekonomi sebagian masyarakat. Kondisi ini menunjukkan perlunya edukasi dan pendekatan persuasif agar masyarakat memahami sistem MLM secara benar dan objektif.

Dalam kajian fiqih , sistem Multi Level Marketing (MLM) termasuk ke dalam ruang lingkup fiqih bisnis (muamalah), khususnya dalam aktivitas perdagangan. Oleh karena itu, penentuan hukum MLM dilakukan melalui pendekatan kaidah fiqih serta prinsip-prinsip umum syariah. Pada dasarnya, hukum bisnis MLM diperbolehkan selama praktik yang dijalankan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam Islam. Berikut adalah penerapan strategi pemasaran MLM dianalisis melalui beberapa prinsip fiqih bisnis di Toko Sukaherbal diantaranya :

1. Mubah

Seluruh aktivitas muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang mengharamkannya. Produk yang dipasarkan di Toko Sukaherbal merupakan produk halal, memiliki izin BPOM, serta dilengkapi label halal. Dengan demikian, objek transaksi memenuhi ketentuan syariah dan praktik jual beli yang dilakukan termasuk dalam kategori yang dibolehkan dalam fiqih bisnis Islam.

2. Prinsip Keadilan

Penerapan prinsip keadilan terlihat dari perlakuan yang setara antara pemilik toko, karyawan, dan reseller, baik dalam pembagian peran maupun kesempatan memperoleh keuntungan. Tidak ditemukannya persaingan tidak sehat antar reseller menunjukkan adanya kerja sama yang harmonis dan sejalan dengan konsep *ta'awun* (tolong-menolong) dalam Islam.

3. Saling Menguntungkan

Sistem bonus yang diterapkan didasarkan pada hasil penjualan produk dan kontribusi nyata reseller dalam jaringan pemasaran. Keuntungan yang diperoleh sepenuhnya bergantung pada usaha masing-masing pihak, sehingga mencerminkan praktik bisnis yang adil, transparan, dan tidak bersifat spekulatif.

4. Terhindar Dari Riba

Transaksi di Toko Sukaherbal dilakukan secara tunai dengan harga yang telah disepakati sejak awal, tanpa adanya tambahan bunga atau denda. Keuntungan diperoleh dari aktivitas jual beli produk, sehingga praktik bisnis yang dijalankan terbebas dari unsur riba dan sesuai dengan akad jual beli dalam fiqih Islam.

5. Jujur Dan Amanah

Pemilik dan karyawan menyampaikan informasi produk secara jelas dan benar, baik mengenai manfaat, cara penggunaan, maupun sistem penjualan. Tidak terdapat manipulasi informasi atau janji berlebihan, sehingga kepercayaan konsumen dan reseller dapat terjaga serta mendukung keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kesesuaian MLM dengan prinsip syariah, Toko Sukaherbal telah memenuhi beberapa kriteria penting, antara lain memiliki sistem pemasaran yang transparan, tidak menjanjikan keuntungan instan, menyediakan produk yang halal dan bermanfaat, serta menerapkan etika pelayanan yang jujur dan bertanggung jawab. Dengan demikian, strategi pemasaran MLM yang diterapkan di Toko Sukaherbal secara umum telah berjalan sesuai dengan

prinsip fiqih bisnis Islam, meskipun masih memerlukan penguatan edukasi dan peningkatan pemahaman masyarakat agar penerapannya dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan

B. Dampak strategi pemasaran bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada toko sukaherbal di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota)

1. Meningkatnya volume dan nilai penjualan secara berkelanjutan

Merupakan dampak paling nyata dari penerapan strategi pemasaran bisnis Multi Level Marketing di Toko Sukaherbal. Hal ini terlihat dari pertumbuhan pendapatan yang konsisten sejak tahun 2022 hingga 2025, dengan total akumulasi penjualan sebesar Rp213.000.000. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2025 dengan persentase 35,68%, Peningkatan penjualan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh penambahan jumlah produk yang dipasarkan, tetapi juga oleh peran aktif reseller dalam memasarkan produk kepada konsumen secara langsung. Kondisi ini mencerminkan bahwa strategi pemasaran MLM yang diterapkan telah berjalan optimal dan memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan usaha.

2. Meluasnya jaringan pemasaran dan relasi usaha

Sistem pemasaran berbasis jaringan memungkinkan produk dikenal oleh masyarakat. Bertambahnya jumlah reseller dari tahun ke tahun menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat terhadap sistem dan produk yang ditawarkan. Jumlah reseller meningkat dari 25 pada tahun 2022 lalu 140 orang pada tahun 2025. Pertumbuhan ini menunjukkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem pemasaran dan produk yang ditawarkan. Sistem berbasis jaringan dan pemasaran dari mulut ke mulut menjadi faktor utama dalam mempercepat perluasan jaringan usaha. Ekspansi jaringan ini tidak hanya menguatkan kedudukan bisnis di pasar domestik, tetapi juga menciptakan kesempatan kolaborasi yang lebih luas di antara para pengusaha dalam satu sistem pemasaran.

3. Terbukanya peluang pemberdayaan ekonomi masyarakat

Toko Sukaherbal tidak semata-mata berfokus pada peningkatan laba usaha, melainkan juga membuka peluang untuk memperoleh tambahan pendapatan. Para reseller dapat menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan kapasitas dan modal yang dimiliki, sehingga sistem pemasaran ini bersifat adaptif dan terbuka. Ditinjau dari perspektif fiqih bisnis, praktik tersebut mencerminkan penerapan prinsip keadilan serta nilai ta‘āwun (tolong-menolong) dalam aktivitas muamalah.

4. Meningkatnya peran dan kualitas kinerja karyawan

Karyawan tidak hanya bertugas melayani konsumen di toko, tetapi juga berperan aktif dalam memberikan edukasi, pendampingan, dan arahan kepada reseller. Perluasan peran ini mendorong karyawan untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai produk, sistem penjualan, serta mekanisme keuntungan. Selain itu, peningkatan interaksi dengan reseller turut memberikan dampak positif berupa bertambahnya pengalaman kerja, keterampilan komunikasi, serta relasi sosial yang lebih luas

5. Meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan karyawan

Seiring dengan meningkatnya volume penjualan dan jumlah reseller, karyawan turut merasakan peningkatan penghasilan serta stabilitas kerja. Kejelasan sistem kerja dan hubungan yang harmonis antara pemilik toko dan karyawan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan sesuai dengan prinsip fiqih bisnis, khususnya dalam aspek keadilan dan kerja sama yang saling menguntungkan.

6. Terciptanya tambahan penghasilan yang nyata bagi reseller

Keuntungan yang diperoleh reseller berasal dari hasil penjualan produk yang dilakukan secara nyata kepada konsumen, bukan dari sistem yang bersifat spekulatif atau tidak jelas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran MLM yang diterapkan lebih menitikberatkan pada aktivitas jual beli produk dibandingkan sekadar perekrutan anggota, sehingga memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi reseller.

7. Terbangunnya rasa aman dan kepercayaan reseller terhadap sistem usaha

Reseller dapat mengetahui secara pasti sumber keuntungan yang diperoleh serta mekanisme pembagian bonus yang berlaku. Transparansi ini mendorong reseller untuk menjalankan usaha secara berkelanjutan tanpa adanya kekhawatiran akan praktik yang merugikan. Dalam fiqih bisnis, keterbukaan dan kejelasan sistem merupakan syarat penting dalam menjaga keabsahan akad dan menghindari unsur gharar.

8. Meluasnya relasi usaha dan jaringan sosial reseller

Reseller memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih beragam serta membangun hubungan usaha dengan berbagai pihak. Perluasan relasi ini tidak hanya meningkatkan peluang penjualan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi reseller dalam mengembangkan usaha secara mandiri.

9. Meningkatnya kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen

Adanya pendampingan dari pemilik toko dan karyawan mendorong reseller untuk memberikan informasi produk secara jujur dan bertanggung jawab kepada konsumen. Pelayanan yang baik dan transparan berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap citra usaha dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Strategi pemasaran bisnis Multi Level Marketing (MLM) yang diterapkan di Toko Sukaherbal di Jorong Sarilamak, Kabupaten Lima Puluh Kota yaitu strategi pemasaran MLM yang dikombinasikan dengan metode pemasaran langsung, pemasaran berbasis jaringan, promosi dari mulut ke mulut, serta pemanfaatan media sosial. Produk yang dipasarkan juga halal, memiliki izin BPOM, dan disampaikan secara transparan. Sistem pemasaran yang dijalankan memiliki kejelasan akad, transparansi mekanisme keuntungan, dan pembagian hasil yang adil. Strategi pemasaran MLM yang diterapkan di Toko Sukaherbal dinilai sesuai dengan prinsip fiqih bisnis karena tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir, serta keuntungan diperoleh dari aktivitas jual beli produk secara nyata.

Penerapan strategi pemasaran MLM tersebut juga menghasilkan dampak yang positif bagi seluruh pihak yang terlibat. Bagi pemilik usaha, sistem ini mampu meningkatkan penjualan, keuntungan, serta memperluas jaringan pemasaran yang ditandai dengan pertumbuhan jumlah reseller dan peningkatan persentase penjualan setiap tahun, dengan capaian tertinggi pada tahun 2025. Bagi karyawan, sistem MLM memperluas peran kerja melalui pendampingan dan pembinaan reseller, sehingga meningkatkan keterampilan, pengalaman, serta hubungan kerja yang adil dan saling menghargai. Sementara itu, bagi reseller, sistem ini memberikan peluang peningkatan pendapatan yang didukung oleh sistem yang jelas, transparan, dan pendampingan yang berkelanjutan. Penerapan strategi ini memberikan dampak positif berupa peningkatan

penjualan, bertambahnya jumlah reseller, perluasan jaringan usaha, serta peningkatan pendapatan karyawan dan reseller. Dengan demikian, strategi pemasaran MLM di Toko Sukaherbal dapat dinyatakan sejalan dengan prinsip fiqih bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, Andri, Sri Hidayanti, Andika, Ridho Agni Hafid, and Junita Ahira Putri. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Fiqih Muamalah." *Jurnal Indragiri Multidisiplin* 4, no. 3 (2024): 5.

Asyura, Nasution, and Muhardinata. *Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Syariah*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.

Eka Saputri Marheni. *Pengantar Manajemen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.

Fadilah, Nur. "Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari 'ah." *Jurnal Salimiya* 1, no. 2 (2020).

Fajrianti, Lutfiah. "Konsep Implementasi Bisnis Multi Level Marketing (Mlm) Berdasarkan Tinjauan Fiqih Muamalah Dengan Penerapan Nilai-Nilai Islam Berlandaskan Alqur'an Dan Hadist." *Lentera: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 4, no. 2 (2022): 111–22.

Kenedi, Jon, and Roflis. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Dengan BMC Models." *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif* 06, no. 1 (2025): 358–76.

Midisen, Kisanda. "Analisis Perbandingan Teori Dan Praktek Sistem Multi Level Marketing Pada Bisnis Paytren Dalam Perspektif Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 606.

Monoarfa, Hilda, and Juliana. *Falsafah Dan Praktik Bisnis Islami: Dari Rasulullah Hingga Era Digital*. Depok: Ranka Publishing, 2025.

Muhammad, Fauzi, and Baharuddin Ahmad. *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer*. Jakarta: Prenada Media, 2021.

Nasution, Safri, Bariah, Ritonga, Yunita, and Bincar Nasution. *Manajemen Pemasaran Syariah Dan Konvensional*. Yogyakarta: PT Inovasi Pratama Internasional, n.d.

Parakkasi, Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020.

Rahayu Putri Helina. "Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan." *Jurnal Edumonika* 8, no. 1 (2023): 3.

Riska Mahmuda, Khadijah Nurani. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Wisata Kuliner Perspektif Pariwisata Syariah (Studi Kasus Los Lambuang Balai Kurai Taji Kota Pariaman)" 2, no. 10 (2024): 167–86.

Siregar., . Idris, and Ucok Kurnia Meliala. "Prinsip Prinsip Dasar Muamalah Dalam Islam Seperti Konteks Meningkatnya Minat Terhadap Ekonomi Syariah Di Berbagai." *Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra Dan Budaya (Morfologi)* 2, no. 4 (2024): 113–24.