



Strategi *Repositioning* Bisnis *Multi-Level Marketing* Syariah Dalam Menghilangkan Stigma *Praktek Money Game*

Muh. Abdul Ghofur¹
Pascasarjana IAIN Kediri, Kediri, Indonesia
E-mail Corresponding : meighofur@gmail.com

Sulistiyowati²
Institut Agama Islam Negeri Kediri, Kediri, Indonesia
E-mail: sulistiyowatidiajeng@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the differences between multi-level marketing (MLM) businesses and money games. This analysis is considered necessary due to the negative stigma in society that equates the MLM system with money games. The study also analyzes how MLM businesses can reposition themselves to eliminate this negative stigma. This research uses the Library Research method, which involves utilizing existing materials or data sources such as books, articles, scientific journals, reports, archives, and other documents available in libraries or other literature sources. The differences between Sharia-compliant MLM businesses and money games can be seen from several perspectives, including legal foundations and principles, sources of income, structure and sustainability, legality, and the risks for members. Steps to restore the positive image of MLM businesses can be taken through several measures, such as: engaging Public Relations (PR) to collaborate with parties who recommend that MLM businesses are haram, having stakeholders clarify to the public that there is a distinction between MLM businesses and money games, terminating employees found to be involved in money game practices, and changing the company's name and leadership if the company has already acquired a negative image.*

Keywords: *Repositioning, Multi Level Marketing, Money Game*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan antara bisnis multi level marketing dengan money game. Analisis ini dirasa diperlukan karena stigma negative masyarakat yang menyamakan sistem multilevel marketing dengan money game. Penelitian ini juga menganalisis tentang bagaimana

repositioning bisnis multi level marketing dalam menghiangkan stigma negatif tersebut. Penelitian yang tengah disusun ini menggunakan jenis penelitian *Library Research*. Penelitian *Library Research* adalah jenis penelitian yang menggunakan bahan-bahan atau sumber data yang sudah ada, seperti buku, artikel, jurnal ilmiah, laporan, arsip, dan dokumen lainnya, yang tersedia di perpustakaan atau sumber literatur lainnya. Perbedaan antara bisnis MLM syariah dengan money game dapat dilihat dari beberapa sisi antara lain, dasar hukum dan prinsip, sumber penghasilan, struktur dan keberlangsungan, legalitas, dan resiko bagi anggota. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mengembalikan citra positif bisnis MLM dapat ditempuh dengan beberapa langkah yaitu, Melalui Public Relation (PR) perusahaan mengandeng pihak yang merekomendasikan bahwa bisnis MLM haram serta pemangku kepentingan memberikan klarifikasi ke publik bahwa ada perbedaan antara bisnis MLM dengan money game, memberhentikan oknum pegawai yang kedapatan melakukan praktik money game, dan mengganti nama perusahaan dan dewan pimpinan apabila perusahaan sudah terlanjur mendapat citra yang buruk.

Kata Kunci : *Repositioning, Multi level marketing, Money game*

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Salah satunya adalah persaingan bisnis yang semakin ketat yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk ataupun untuk mengambil keputusan sebagai anggota. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, semakin pesat, dan semakin maju manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami perilaku dan persepsi konsumen pada pasar sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku dan persepsi konsumennya. Salah satu bisnis yang ada di Indonesia adalah pemasaran jaringan atau yang biasa dikenal dengan multi level marketing (MLM). Pemasaran jaringan atau multi level marketing adalah salah satu bentuk bisnis yang revolusioner, yaitu perubahan sosial yang terjadi secara menyeluruh atau mendasar bagi masyarakat (Kridani 2020). Syarat perusahaan berbasis multi level marketing yang baik adalah yang tergabung di APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia), namun tidak semua perusahaan

multi level marketing terdaftar di APLI, hanya ada 86 perusahaan multi level marketing yang terdaftar di APLI(Fadil 2019).

Strategi pemasaran Multi-Level Marketing (MLM) adalah metode distribusi produk yang melibatkan banyak tingkat atau level dalam jaringan pemasaran, di mana individu tidak hanya memperoleh keuntungan dari penjualan produk langsung, tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh orang-orang yang mereka rekrut ke dalam jaringan mereka(Latifah, Baihaqi, and Jayusman 2021). MLM sering disebut juga sebagai network marketing atau pemasaran berjenjang, yang membedakannya dengan strategi pemasaran tradisional seperti pemasaran langsung atau pemasaran ritel. Pada dasarnya, MLM adalah model bisnis yang berbasis pada prinsip *penggandaan usaha*. Setiap anggota jaringan berfungsi sebagai distributor yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga merekrut anggota baru, yang kemudian membangun jaringan mereka sendiri. Setiap kali anggota baru menjual produk atau merekrut lebih banyak orang, anggota yang merekrut mereka mendapat komisi dari penjualan atau rekrutmen tersebut.

Pada dasarnya, hukum MLM ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung di dalamnya adalah muamalat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka absahlah MLM tersebut(Ramdhani 2024). Namun, jika muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah MLM tersebut. Benarkah bisnis MLM mengandung unsur haram? Kalau memang ada unsur haram di bagian mana dan jenis bisnis MLM apa yang tergolong haram tersebut? Pertanyaan-pertanyaan ini perlu dijabarkan secara rinci, jelas, dan komprehensif sehingga masyarakat mendapatkan informasi yang utuh dan tidak mudah menjustifikasi bahwa seluruh bisnis MLM adalah haram. Informasi yang sifatnya sepotong dan tidak utuh dari media cetak tentu perlu diklarifikasi. Bagi pebisnis MLM, stigma negatif ini tentu merugikan bagi kelangsungan usahanya kalau tidak diinformasikan secara utuh, apalagi ini adalah rekomendasi dari salah satu organisasi keagamaan terbesar di Indonesia. Seperti diketahui, hampir sebagian besar jumlah penduduk di Indonesia memeluk agama Islam. Apabila masyarakat tidak memperoleh informasi yang utuh maka dapat berakibat fatal bagi pebisnis MLM bahkan bisa menjadikan collaps.

Konsep MLM sendiri sebenarnya tidak melanggar aturan syariah. Bisnis dalam syari'ah Islam pada dasarnya termasuk kategori muamalat yang hukum asalnya adalah boleh berdasarkan kaidah fiqh, "*Al-Aslu fil Muamalah al-ibadah hatta yadullad dalilu 'ala tahrimiha*" (pada dasarnya segala hukum dalam muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil/prinsip yang melarangnya)(Marimin, Romdhoni, and Fitria 2016). Islam memahami bahwa perkembangan sistem dan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasar kaidah fiqh di atas, maka terlihat bahwa Islam memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Namun, Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur dharar (bahaya), jahalah (ketidakjelasan) dan zhulm (merugikan atau tidak adil terhadap salah satu pihak) yang menjadi mitranya(Cahyadi 2019).

Di Indonesia sendiri beberapa tahun belakangan ini banyak perusahaan yang berkedok MLM untuk menjalankan bisnis money game. Ketika kedok mereka terbongkar maka tidak saja perusahaan tersebut yang harus berhadapan dengan hukum, namun nama bisnis MLM menjadi negatif di masyarakat maupun pemangku kebijakan. Banyak modus yang dilakukan oleh money game, misalnya investasi yang memberikan profit atau bunga yang tidak masuk akal sehat, artinya bunga yang diberikan jauh melebihi apa yang ditetapkan pemerintah dalam industri perbankan. Dalam operasinya, mereka menuntun debitur atau anggota untuk mencari anggota lain yang bersedia menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Demikian seterusnya anggota yang baru juga dituntut untuk mencari anggota lain. Selama downline mampu mencari anggota baru maka perusahaan akan mampu membayar upline, namun bunga (keuntungan) yang dibayarkan bukanlah dari aktivitas perusahaan itu dalam menghasilkan barang atau jasa untuk dijual, tetapi mengambil uang dari anggota-anggota baru yang ikut menanamkan dananya secara berjenjang. Dan hasilnya dapat diprediksi, ketika para upline tidak mampu mencari lagi downline maka keuangan perusahaan tersebut akan terhenti sehingga tidak mampu lagi membayar bunga kepada anggotanya.

METODE

Penelitian yang tengah disusun ini menggunakan jenis penelitian *Library Research*. Penelitian *Library Research* adalah jenis penelitian yang menggunakan bahan-bahan atau sumber data yang sudah ada, seperti buku, artikel, jurnal ilmiah, laporan, arsip, dan dokumen lainnya, yang tersedia di perpustakaan atau sumber literatur lainnya (Subagiya 2023). Penelitian ini lebih bersifat deskriptif dan analitik, di mana peneliti tidak melakukan eksperimen atau pengumpulan data primer di lapangan, melainkan menganalisis, menginterpretasikan, dan mengintegrasikan informasi yang sudah ada. Penelitian *library research* adalah cara yang efektif untuk menggali pengetahuan yang sudah ada melalui kajian literatur yang tersedia. Meskipun tidak melibatkan pengumpulan data primer, penelitian ini memainkan peran penting dalam menyediakan dasar teori yang kuat dan wawasan baru yang dapat diterapkan dalam berbagai bidang (Hadi and Afandi 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Multi Level Marketing dalam pandangan Islam dan perbedaannya dengan money game

Dalam bisnis muamalah Islam, khususnya dalam hal pemasaran dan jual beli, konsep multi level marketing (MLM) tidak dikenal pada masa Rasulullah SAW maupun di era kekhalifahan. Oleh karena itu, tidak ada hukum yang secara eksplisit mengatur tentang MLM. Meskipun demikian, pada zaman Rasulullah SAW dan masa kekhalifahan, terdapat beberapa bentuk bisnis Islam yang memiliki kesamaan dengan sistem multi level marketing. Karena itu, banyak ulama yang mengqiyaskan MLM dengan bisnis yang ada pada masa tersebut. Berdasarkan hal ini, bisnis multi level marketing dianggap diperbolehkan menurut hukum syariah (Arnes and Sultan 2023).

Salah satu cendekiawan Islam yang memberikan penjelasan tentang diperbolehkannya sistem MLM adalah Syaikh Dr. Abdullah bin Nashir As Sulmi, beliau beranggapan bahwa sistem bisnis MLM ini mudah. Dan beliau juga membuat tiga kriteria dalam melakukan bisnis muamalah (Gustania and others 2018):

- a. Jika seseorang yang akan menjualkan suatu produk tidak diperbolehkan membeli produk lagi.
- b. Dalam melakukan bisnis MLM untuk menentukan harga pemasaran tidaklah boleh lebih besar dari harga biasa karena dapat menyalahgunakan hukum muamalah Islam. Hanya ada dua pilihan yaitu harganya harus sama dengan harga pasaran yang biasa atau lebih murah dari harga biasa.
- c. Bagi setiap orang yang ingin membuka bisnis MLM tidak diharuskan memberi sejumlah uang kepada orang lain untuk menjadi anggota.

Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI), sampai saat ini tidak melarang dan tidak membuat fatwa haram bagi sistem bisnis MLM yang bersifat konvensional diluar syariah. Namun MUI mengeluarkan fatwa pedoman penjualan langsung berjenjang, diantaranya sebagai berikut (Qomariyah 2018):

- a. Terdapat barang atau jasa yang dijadikan sebagai obyek transaksi yang jelas.
- b. Barang atau jasa yang dipasarkan harus halal.
- c. Transaksi pemasaran yang dilakukan harus terhindar dari unsur riba, gharar, maysir, dzulm, maksiat.
- d. Harga yang ditawarkan tidak berlebihan, harus sesuai dengan keadaan produk barang dan jasa.
- e. Bagi perusahaan yang memberikan komisi kepada anggota haruslah sesuai dengan prestasi kerja nyata yang dilakukan oleh anggota terhadap perusahaan.
- f. Perusahaan dalam memberikan bonus kepada anggota haruslah dilakukan transaksi yang jelas jumlahnya sesuai dari hasil penjualan barang dan jasa.
- g. Perusahaan tidak diperbolehkan memberikan bonus secara reguler dan pasif tanpa melakukan penjualan dan pemeliharaan barang dan jasa terlebih dahulu.
- h. Pemberian bonus kepada anggota tidak menimbulkan *ighra'*.

- i. Tidak ada deskriminasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus.
- j. Acara yang dilakukan perusahaan baik perekrutan anggota, seremoni, penghargaan dan lain-lain, seharusnya tidak mengandung pelanggaran terhadap aqidah islam.
- k. Kepada setiap perusahaan yang telah melakukan perekrutan terhadap setiap anggota yang sudah diterima, seharusnya dilakukan pembinaan terlebih dahulu. Sebisa mungkin setiap perusahaan menghindari money game.

Multi Level Marketing (MLM Syariah) dan Money Game adalah dua konsep yang sering disalahpahami karena keduanya melibatkan sistem perekrutan dan komisi, namun keduanya memiliki perbedaan mendasar dalam segi prinsip, tujuan, dan struktur operasionalnya. Berikut adalah perbedaan antara keduanya (Dasopang 2020):

1. Dasar Hukum dan Prinsip

MLM Syariah: MLM yang sesuai dengan prinsip syariah berlandaskan pada hukum Islam. Sistem ini diatur dengan prinsip keadilan, kejelasan transaksi, dan tidak ada unsur yang mengandung gharar (ketidakjelasan) atau maysir (perjudian). Dalam MLM syariah, komisi atau keuntungan harus berasal dari penjualan produk atau layanan yang nyata, bukan hanya dari perekrutan anggota baru. Selain itu, produk yang ditawarkan harus halal dan bermanfaat bagi masyarakat.

Money Game: Money game, sering juga disebut sebagai investasi bodong atau skema piramida, tidak memiliki produk nyata yang dijual. Tujuan utama dari money game adalah mengumpulkan dana dari peserta baru untuk membayar keuntungan kepada peserta lama. Dalam money game, keuntungan biasanya hanya berasal dari uang yang disetor oleh anggota baru, tanpa adanya nilai tukar produk atau layanan yang jelas. Hal ini mengandung unsur ketidakpastian dan eksploitasi terhadap anggota baru.

2. Sumber Penghasilan

MLM Syariah: Penghasilan anggota MLM syariah berasal dari penjualan produk atau jasa yang sah dan sesuai dengan prinsip syariah. Komisi

diberikan berdasarkan hasil penjualan yang riil dan tidak ada unsur spekulasi atau pengambilan keuntungan tanpa adanya transaksi nyata. Artinya, ada nilai yang diberikan dalam setiap transaksi.

Money Game: Penghasilan anggota dalam money game lebih banyak berasal dari uang yang disetor oleh anggota baru. Tidak ada transaksi produk atau layanan yang nyata. Skema ini biasanya tidak memperjualbelikan barang atau jasa, sehingga keuntungan yang diperoleh bersifat tidak adil dan tidak transparan.

3. Struktur dan Keberlanjutan

MLM Syariah: MLM yang sesuai dengan prinsip syariah harus memiliki struktur yang jelas dan tidak bergantung hanya pada perekrutan anggota baru. Dalam MLM syariah, keuntungan dan komisi diperoleh berdasarkan penjualan produk secara langsung, bukan hanya berdasarkan perekrutan. Selain itu, sistem ini dapat berjalan dalam jangka panjang jika bisnisnya berjalan dengan jujur dan adil.

Money Game: Struktur money game biasanya bergantung pada rekrutmen anggota baru yang terus-menerus untuk membayar keuntungan kepada peserta lama. Sistem ini cenderung tidak berkelanjutan dan dapat runtuh ketika tidak ada cukup banyak orang yang bergabung. Karena penghasilan hanya berasal dari dana yang disetor, dan bukan dari nilai atau produk yang diberikan, skema ini sering kali berisiko tinggi.

4. Legalitas

MLM Syariah: MLM syariah yang beroperasi dengan mematuhi hukum Islam adalah legal dan sah, asalkan seluruh prinsip syariahnya diikuti, seperti transaksi yang adil, halal, dan transparan. MLM syariah juga memiliki produk yang benar-benar dijual dan memberi manfaat nyata kepada konsumen.

Money Game: Sebaliknya, money game sering kali ilegal karena tidak memenuhi prinsip keadilan dan tidak memiliki produk nyata yang diperjualbelikan. Banyak negara, termasuk Indonesia, melarang praktek

money game karena dianggap sebagai penipuan atau skema piramida yang merugikan banyak orang.

5. Risiko bagi Anggota

MLM Syariah: Risiko dalam MLM syariah cenderung lebih terukur karena terkait dengan penjualan produk atau layanan yang memiliki nilai nyata. Anggota yang berusaha keras dalam penjualan produk dapat memperoleh penghasilan yang sesuai dengan usaha mereka. Risiko yang ada biasanya berkaitan dengan ketidakberhasilan dalam menjual produk.

Money Game: Risiko dalam money game sangat tinggi karena sistemnya cenderung menguntungkan hanya bagi orang yang berada di posisi atas (piramida). Anggota yang masuk belakangan berisiko besar kehilangan uang mereka, karena keuntungan mereka bergantung pada perekrutan anggota baru yang terus-menerus. Skema ini hampir pasti akan runtuh setelah mencapai titik jenuh, yang menyebabkan kerugian besar bagi anggota yang lebih baru.

2. Strategi Repositioning Multi Level Marketing Syariah Untuk Menghiankan Stigma Money Game

a. Repositioning Produk

Tujuan dari strategi pemasaran adalah menanamkan citra positif produk pada benak konsumen atau yang biasa disebut Positioning. Secara lebih luas positioning adalah cara membangun citra atau identitas di benak konsumen untuk produk, merek atau lembaga tertentu dengan membangun persepsi relatif suatu produk terhadap produk lain (Cahyadi 2019). Kemampuan untuk mengidentifikasi peluang positioning merupakan ujian yang berat bagi seorang pemasar. Keberhasilan suatu positioning biasanya berakar pada berapa lama produk tersebut mempunyai keunggulan bersaing. Menurut George Terry & Stephen G. Franklin, (1992) hal mendasar dalam membangun strategi positioning suatu produk adalah positioning pada fitur spesifikasi produk, positioning pada spesifikasi penggunaan produk, positioning pada frekuensi penggunaan produk, positioning pada alasan

mengapa memilih produk tersebut dibanding pesaing, positioning melawan produk pesaing, positioning dengan melakukan pemisahan kelas produk, dan positioning dengan menggunakan simbol budaya atau kultur. pada umumnya proses positioning produk berupa (Zulfitri, Nawawi, and Aslami 2024):

1. Mendefinisikan ke segmen pasar mana produk tersebut akan di tempatkan
2. Mengidentifikasi dimensi atribut dan kemasan untuk menentukan seberapa besar pasar.
3. Mengumpulkan informasi dari konsumen tentang persepsi mereka terhadap produk dan produk pesaing.
4. Mengukur seberapa jauh persepsi konsumen terhadap produk.
5. Mengukur seberapa besar pasar produk pesaing.
6. Mengukur kombinasi target pasar untuk menentukan variabel marketing dalam melakukan marketing mix
7. Menguji ketepatan antara: Daya saing produk kita dengan produk pesaing, Posisi produk kita dalam persaingan, Posisi faktor ideal dalam marketing mix.

Proses positioning untuk barang dan jasa sama saja, meskipun jasa tidak memiliki wujud fisik, namun prosesnya sama. Namun, demikian karena jasa tidak memiliki visualisasi yang jelas maka sebelum membangun positioning, kita harus bertanya kepada konsumen untuk nilai tambah apa yang mereka inginkan dari layanan kita, mengapa mereka memilih jasa orang lain dibanding jasa kita, dan apakah ada karakteristik khusus yang membedakan layanan kita dibanding layanan perusahaan lain. Menuliskan nilai pembeda dari sudut pandang konsumen merupakan tahap awal proses positioning (Ainurrofiqin 2021). Ujilah pada orang yang belum menganal kita, tidak tahu apa yang kita lakukan dan yang kita jual, kemudian perhatikan ekspresi wajah mereka dan bagaimana mereka merespons. Pada saat mereka ingin tahu lebih banyak tentang produk kita karena mereka

tertarik dengan prolog kita, itu adalah tanda bahwa kita berada di jalur yang tepat.

b. Konsep repositioning Produk pada bisnis MLM syariah

Secara umum, ada tiga konsep positioning:

1. Functional positions: pemecahan masalah, menyediakan manfaat bagi konsumen, memperoleh persepsi yang menyenangkan dari investor.
2. Symbolic positions: peningkatan citra diri, identifikasi diri, rasa ikut memiliki dan tingkat penghargaan lingkungan terhadap perusahaan, membangun pengaruh yang cukup kuat dalam segmen pasar tertentu.
3. Experiential positions: mampu menstimulasi sensor motorik, mampu menstimulasi sensor kognitif.

Positioning memegang peranan penting dan strategis dalam pemasaran. Sekali perusahaan mengecewakan konsumen maka konsekuensinya sangat vital, yaitu konsumen akan meninggalkan atau tidak membeli lagi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Demikian juga bagi pebisnis MLM yang telah menjalankan usahanya sesuai konsep yang baik dan tidak bertentangan dengan peraturan yang ada. Namun karena ulah beberapa pengusaha yang menjalankan bisnis money game dengan berkedok MLM membuat citra positif pengusaha MLM menjadi negative dibenak konsumen. Oleh karena itu perusahaan yang murni menjalankan bisnis MLM harus mengklarifikasi bisnisnya tidak haram dan tidak bertentangan dengan hukum positif dan hukum normatif. Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengembalikan citra positif atau repositioning adalah (Islamiyah 2018):

1. Melalui Public Relation (PR) perusahaan mengandeng pihak yang merekomendasikan bahwa bisnis MLM haram serta pemangku kepentingan memberikan klarifikasi ke publik bahwa ada perbedaan antara bisnis MLM dengan money game. Dengan publikasi secara luas maka masyarakat akan mendapat penjelasan yang rinci, jelas dan komprehensif.

2. Apabila pebisnis MLM menemukan bahwa tipu daya, atau ada pihak yang dirugikan dan ini dilakukan oleh oknum karyawannya (mitra bisnis) maka pihak perusahaan tidak segan-segan memberhentikan tidak hormat oknum karyawan (mitra bisnis) tersebut.
3. Bila memang nama perusahaan sudah terlanjur negatif citranya, maka strategi repositioning dapat dilakukan dengan mengganti nama perusahaan dan dewan pimpinan. Solusi ketiga dapat ditempuh namun akan mengeluarkan banyak biaya, tenaga dan waktu karena membangun citra perusahaan tidaklah mudah

KESIMPULAN

Strategi pemasaran Multi-Level Marketing (MLM) adalah metode distribusi produk yang melibatkan banyak tingkat atau level dalam jaringan pemasaran, di mana individu tidak hanya memperoleh keuntungan dari penjualan produk langsung, tetapi juga dari penjualan yang dilakukan oleh orang-orang yang mereka rekrut ke dalam jaringan mereka. Perbedaan antara bisnis MLM syariah dengan money game dapat dilihat dari beberapa sisi antara lain, dasar hukum dan prinsip, sumber penghasilan, struktur dan keberlangsungan, legalitas, dan resiko bagi anggota. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mengembalikan citra positif bisnis MLM dapat ditempuh dengan beberapa langkah yaitu, Melalui Public Relation (PR) perusahaan mengandeng pihak yang merekomendasikan bahwa bisnis MLM haram serta pemangku kepentingan memberikan klarifikasi ke publik bahwa ada perbedaan antara bisnis MLM dengan money game, memberhentikan oknum pegawai yang kedapatan melakukan praktik money game, dan mengganti nama perusahaan dan dewan pimpinan apabila perusahaan sudah terlanjur mendapat citra yang buruk.

REFERENSI

- Ainurrofiqin, Moh. 2021. *99 Strategi Branding Di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, Dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Arnes, Okto Viandra, and Benny Sultan. 2023. "Analisis Fatwa DSN-MUI No. 75 DSN-MUI/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah Berkaitan Dengan MLM." Pp. 70–99 in *AICOLS: Annual International Conference on Law and*

Sharia. Vol. 7.

- Cahyadi, Iwan Fahri. 2019. "Strategi Repositioning Bisnis Multi Level Marketing Dan Tinjauan Dari Prespektif Syariah." *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7:113-28.
- Dasopang, Nursania. 2020. "Multi Level Marketing Dalam Pandangan Islam." *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 6(1):155-64.
- Fadil, Hamzah Nur. 2019. "Persepsi Mahasiswa IAIN Metro Terhadap Bisnis Multi Level Marketing PT Melia Sehat Sejahtera (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro)." IAIN Metro.
- Gustania, Ratri, and others. 2018. "Pemberian Sertifikat Halal Multi Level Marketing Syariah Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perdata Islam." Universitas Islam Indonesia.
- Hadi, Nanang Faisol, and Nur Kholik Afandi. 2021. "Literature Review Is a Part of Research." *Sulawesi Tenggara Educational Journal* 1(3):64-71.
- Islamiyah, Futuhatul. 2018. "Status Bonus Dalam Sistem Penjualan Langsung Berjenjang Syariah: Studi Komparasi Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Dan Keputusan LBM-Nahdlatul Ulama Jatim." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kridani, Muhammad Shidiq. 2020. "Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(2):289.
- Latifah, Umi, Yusuf Baihaqi, and Jayusman Jayusman. 2021. "Analisis Keputusan Musyawarah Nasional Lembaga Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama Tahun 2019 Tentang Hukum Bisnis Multi Level Marketing." *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 13(2):1-21.
- Marimin, Agus, Abdul Haris Romdhoni, and Tira Nur Fitria. 2016. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2(2):105-17.
- Qomariyah, Lailatul. 2018. "Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 Terhadap Bisnis MLM Syariah PayTren." *Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel*.
- Ramdhani, Ahmad. 2024. "Analisis Akad Dalam Bisnis Multi Level Marketing." Pp. 294-306 in *International Conference on Islamic Economic (ICIE)*. Vol. 3.
- Subagiya, Bahrum. 2023. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian PAI."
- Zulfitri, Zulfitri, Zuhrial M. Nawawi, and Nuri Aslami. 2024. "Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning Dalam Memasarkan Produk-Produk Syariah Di PT. Sun Life Medan." *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)* 4(2):411-31.